

الأصالة

في

مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

دكتور محمد عبد الحميد

الناشر
عائلة الكتب
٢٨ ميدان طنطا - طنطا

الأصقال

في

مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

دكتور محمد عبد الحميد

١٩٩٣

عالم الكتب

٣٨ شارع عبد الحالى قنوت - القاهرة ١٠٠١٦٤٠١

بسم الله الرحمن الرحيم
« ن والقلم وما يسطرون،

صدق الله العظيم

مقدمة

لانبالغ إذا قلنا أن تشخيص العديد من مشكلات الأعمال الفنية الجماهيرية، التي تقدم من خلال السينما أو العروض المسرحية أو الموسيقية، يتطلب في البداية أن نضع أيدينا على جوهر العلاقة بين كل من الفنان المبدع، وجمهور المتلقين. هذه العلاقة التي يجسدها سلوك المتلقين في الإقبال على هذه الأعمال وتذوقها، أو العزوف عن التعرض لها، أو هبوط معدلات التردد عليها في دور العرض أو أوقاته المختلفة.

وعلى الرغم من كثرة ماصدر من دراسات وبحوث علمية في تقنيات العلوم الخاصة بالإبداع في هذه المجالات، من سينما أو مسرح أو موسيقى، على الرغم من كثرة ماصدر من دراسات وبحوث علمية في هذه المجالات، إلا أنه يلاحظ غياب المنظور الاتصالي في هذه الدراسات، والذي يهتم بشرح وتفسير العلاقة المذكورة.

وذلك على الرغم من أن نجاح هذه الأعمال، والذي يتجسد في قبول المتلقين لها، وزيادة معدلات ترددهم عليها، يتوقف أولاً وأخيراً على إدراك عملية الاتصال الإنساني human communication بأبعادها المختلفة، ومايرتبط بهذه الأبعاد من مبادئ، وأسس علمية أرست دعائمها البحوث والدراسات الخاصة بعلوم الاتصال، والاجتماع، وعلم النفس، وعلم النفس الاجتماعي. لتحديد من خلال المنهج العلمي مقومات نجاح عملية الاتصال الإنساني في مجالات الإبداع الفني الجماهيرى.

ولذلك كان اهتمام الأكاديميات والكليات والمعاهد العلمية التي تدرس فنون الإبداع في السينما والمسرح والموسيقى، بدراسة علوم الاتصال ونظرياته.

وفى مصر أرست أكاديمية الفنون فى لوائحها التعليمية المستحدثة، فى معاهدها المختلفة، تدريس علوم الاتصال ونظرياته، فى مراحل البكالوريوس والدراسات العليا،

فى إطار الهدف الخاص بتدريس هذه العلوم ونظرياتها والحاجات العلمية المرتبطة بها. وفى إطار الهدف العام بدعم المعرفة العلمية بالعلوم الإنسانية، إسهاماً فى تنمية إدراك الدارسين، وتطوير معارفهم بالبعد الإنسانى للإبداع الفنى فى المجالات المختلفة.

وكانت بالتالى هذه الدراسة التى استهدفت صياغة المبادئ الخاصة بالاتصال الإنسانى ونظرياته، فى إطار عملية الإبداع الفنى الجماهيرى، وفق أهداف هذه العملية ومتطلباتها، وحركة عناصرها، وصياغة نموذج خاص للاتصال فى المجالات المتعددة لها، وتسهم بالشرح والتفسير فى صياغة الأبعاد الاجتماعية والنفسية للاتصال فى هذه المجالات.

واعتمدت هذه الدراسة فى تحقيق هذا الهدف على المسح المكتبى لنتائج البحوث والدراسات التى أجريت فى هذه المجالات. لإعادة صياغة المبادئ والأسس الخاصة بالاتصال وأساليبه، وتطبيق نظرياته، وفق متطلبات وأهداف حركة عناصر الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى. والتى تتمثل فى الفنان المبدع، والمؤسسات الفنية من جانب، وجماهير المتلقين من جانب آخر، فى علاقتهم بالرسائل الاتصالية التى تجسدها الأعمال الفنية الجماهيرية، والتى تتأثر بحركة النظم والسياق الاجتماعى، وتؤثر فيها.

وفى إطار هذا الهدف تم تقسيم الدراسة إلى ستة فصول، كالتالى :-

الفصل الأول : الاتصال : مدخل عام

ويتناول هذا الفصل التعريف بعملية الاتصال، وأهميتها للفرد والمجتمع، والعناصر الأساسية لعملية الاتصال، والنماذج البنائية للتعريف بهذه العملية، وأنواع الاتصال

وأشكاله، والوسائل المستخدمة في كل من الأنواع والأشكال الخاصة به.

الفصل الثاني: نموذج الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري

ويطرح هذا الفصل نموذجاً خاصاً للاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، يحدد عناصر الاتصال، وحركتها واتجاهات التأثير، في علاقتها بالمجتمع والقوى المؤثرة في حركتها.

وذلك بعد أن أكد هذا الفصل دور الاتصال في تحقيق أهداف الفن، والإبداع، والتذوق الفني.

ثم يختم الفصل بتحديد وظائف الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري للأفراد والمجتمع.

الفصل الثالث: خصائص الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري

ويحدد هذا الفصل الخصائص المميزة للاتصال في هذه المجالات، والتي تختلف في كثير منها عن خصائص الاتصال في مجالات أخرى من مجالات الاتصال الإنساني.

الفصل الرابع: الاتجاه الاجتماعي للاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري

ويتناول هذا الفصل الأبعاد الاجتماعية التي تؤثر في دور الفنان المبدع وعلاقته بالمجتمع، وكذلك أهمية دراسة الخصائص والسمات الاجتماعية لجمهور المتلقين، وكذلك تأثيرات النظم الاجتماعية والسياق الاجتماعي على حركة عملية الاتصال في هذه

المجالات، والنظريات التي تفسر هذه العلاقات والتأثيرات، التي تتجسد في كثير من مجالات الممارسة المهنية في مجالات الإبداع الفني الجماهيري.

الفصل الخامس: الأبعاد النفسية للاتصال في مجالات

الإبداع الفني الجماهيري

ويتناول هذا الفصل النظريات الخاصة بالتعرض إلى الأعمال الفنية الجماهيرية، وأهداف هذا التعرض في علاقته بالتعلم، والمعرفة، والإدراك، والاتجاهات، والادوافع....والتي تمثل مع غيرها القوى المؤثرة في الانتقاء والتعرض إلى هذه الأعمال، وتشكيل اتجاهات جمهور المتلقين نحو هذه الأعمال والفنان المبدع الذي يشارك فيها.

الفصل السادس : قضايا اتصالية في مجالات

الإبداع الفني الجماهيري

ويفسر هذا الفصل عدداً من القضايا الخاصة بالإبداع الفني الجماهيري، والتي تمثل جوهر مشكلات السينما والمسرح بصفة عامة في مجتمعاتنا. وذلك من خلال المنظور الاتصالي، الذي يطرح نفسه قاسماً مشتركاً في هذه القضايا. وذلك بوصفه تطبيقاً للمبادئ والنظريات الاتصالية والاجتماعية والنفسية، السابق تناولها في الفصول السابقة، ويتناول من هذه القضايا:

- تأثير جمهور المشاهدين على اتجاهات العمل الفني الجماهيري.
 - فشل الأعمال الفنية جماهيرياً على الرغم من استكمال المقومات الفنية.
 - الاستثمار المالي في الأعمال الفنية الجماهيرية، وتأثيره على الذوق العام.
 - النتائج الجانبية. لعرض الأعمال الفنية الجماهيرية.
- وتعتبر القضايا المطروحة نماذج للتطبيق، من قضايا عديدة يمكن أن يفسرها

النموذج الاتصالي في مجالات الإبداع الفني الجماهيري.

.....

.....

ولأن الكمال لله وحده، فلاندعى كمالاً في هذه الدراسة. ويشفع لها أنها الدراسة الأولى في هذا المجال التي قدمت إسهاماً متواضعاً، والذي نأمل أن يكون حافزاً إلى مزيد من الدراسات والبحوث التي تجسد البعد الإنساني من خلال الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري.

والله الموفق.

القاهرة في ١٠/٦/١٩٩٢م

١٤٠٤/١٢/٩هـ

د. محمد عبد الحميد

فهرست المحتويات

رقم الصفحة

الموضوعات

٥

المقدمة:

١٥

الفصل الأول: الاتصال - مدخل عام

(تعريف الاتصال - أهمية الاتصال للفرد والمجتمع -
العناصر الأساسية لعملية الاتصال - العناصر الأساسية
فى نماذج الاتصال - أشكال الاتصال - وسائل الاتصال).

٥٧

الفصل الثانى: نموذج الاتصال فى مجالات

الإبداع الفنى الجماهيرى.

(الفن والاتصال - الإبداع والاتصال - التذوق الفنى
والاتصال - نموذج الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى
الجماهيرى - وظائف الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى
الجماهيرى)

الفصل الثالث: خصائص الاتصال فى مجالات

الإبداع الفنى الجماهيرى.

(الاتصال عملية مركبة ومعقدة - تعدد الرموز الاتصالية -
سيادة الاتجاه الفنى فى صياغة الرسالة الاتصالية -
الرسالة الاتصالية إبداع فنى جماعى - أهمية مشاركة

٨٩

الملتقى فى العمل الفنى الجماهيرى - الوظيفة الاتصالية
يحدثها الملتقى - تأثير ظروف المشاهدة فى قاعات العرض
- تأثير عملية النقد الفنى - تأثير التطور السريع فى
تقنيات الإنتاج

الفصل الرابع : الاتجاه الاجتماعى للاتصال فى مجالات

الإبداع الفنى الجماهيرى.

(الدور الاجتماعى للفنان المبدع - السمات الاجتماعية
لجمهور الملتقى - تأثير النظم الاجتماعية - التأثير المتبادل
بين نظم وسائل الاتصال الجماهيرى والنظم الاجتماعية
وجمهور الملتقى)

الفصل الخامس : الإبعاد النفسية للاتصال فى مجالات

الإبداع الفنى الجماهيرى.

(دور التعلم فى الاستجابة والتفسير - تأثير المعرفة
الإدراكية - تباين الحوافز بين الأفراد - تأثير الاتجاهات -
اتجاهات الملتقى نحو الفنان والعمل الفنى - تأثير الدوافع
الفردية - تأثير عملية التقمص الوجدانى)

الفصل السادس : قضايا اتصالية فى مجالات

الإبداع الفنى الجماهيرى.

- تأثير جمهور المشاهدين على اتجاهات العمل الفني الجماهيري.
- فشل الأعمال الفنية جماهيرياً على الرغم من استكمال المقومات الفنية الإبداعية.
- الاستثمار المالى فى الأعمال الفنية الجماهيرية وتأثيره على الذوق العام.
- النتائج الجانبية لعرض الأعمال الفنية الجماهيرية.

الفصل الأول

الاتصال

مدخل عام

يعتبر الاتصال Communication من صور النشاط الإنساني، الذى بدأ مع ظهور حاجة الإنسان إلى آخرين، فى تلبية حاجاته الأولية، ودفع المخاطر وتحقيق الأمن والاستقرار. وهى نفس الأهداف التى قامت عليها التجمعات البدائية. وأصبح الاتصال بين أفرادها نشاطاً يومياً لتحقيق حاجاتهم، وتنظيم حياتهم.

ومع تطور هذه التجمعات بدأ الاتصال بينها، لتطوير الأهداف والحاجات، التى لا يليها سوى الاتصال بين الجماعات وبعضها، مثل التبادل والمقايضة، وتنظيم الأمن وتجنب الحروب..... إلى آخره.

ومع هذا النشاط الإنساني، تبلورت منظومات متكاملة للاتصال. تقوم على الإشارات والرموز ذات المعانى والدلالات المشتركة، التى تيسر فهم وإدراك أهداف الاتصال وأبعاده فى هذه المجتمعات البدائية.

ومع تطور الأصوات المنطوقة وظهور اللغة، أصبحت هى الأداة الرئيسية للاتصال بين الأفراد فى الجماعة الواحدة التى تتفق فيما بينها على الرموز اللغوية ومعانيها. وهى الأداة التى دعمت الانتماء العضوى للفرد داخل الجماعة باندماجه الكامل فى أفكارها وأهدافها.

ومع تطور المجتمعات، وتطور الأهداف والحاجات، تطور النشاط الاتصالي وأساليبه، ليتفق مع البناء الحضارى والثقافى الذى يميز كل مرحلة عن الأخرى.

ولم يصبح الاتصال بعد ذلك مجرد نشاط إنسانى، ولكنه تحول بعد ذلك ليصبح عملية اجتماعية تنسم بالتدفق والاستمرار. وتضم أنساقاً متعددة من العمليات السلوكية والنفسية، ترتبط فى جوانب كثيرة منها بتقنيات العصر ومخترعاته.

وعلى الرغم من قدم هذا النشاط الإنسانى، فإن الاقتراب العلمى منه يتميز بالحدأة النسبية. ارتبط هذا الاقتراب العلمى بالتطورات التى طرأت على العالم مع بداية هذا

القرن. وجسدت الحاجة إلى تنظيم الاتصال بالجماهير وتقنين العمليات الخاصة به. والاتصال بين الشعوب، والثقافات، لتلبية الدوافع والحاجات التي صاغتها التغيرات الاجتماعية والاقتصادية والسياسية التي مر بها العالم منذ هذا التاريخ. ومع ازدياد الحاجة إلى التقنين العلمي، ساهم عدد كبير من العلوم في المحاولات الأولى لدراسة الاتصال، مثل العلوم السلوكية والاجتماع، واللغة، والسياسة، وعلم النفس، وجذبت آخرين في مجال العلوم الرياضية والطبيعية. وتأثر التعريف بالاتصال ومحدداته باتجاه النظرة العلمية لهذه العلوم ومناهجها نحو هذا العلم الجديد.

وفي هذا المجال ساهم عدد كبير من العلماء والخبراء والباحثين في التقنين العلمي للاتصال ومحدداته والعمليات المتصلة به وتأثيراته. وهذه المساهمات أفرزت عدداً من التعريفات الخاصة بالاتصال وعناصره الأساسية^(١). وهذه التعريفات وإن اختلفت في السياق اللفظي، إلا أنها تحدد في النهاية العناصر الأولية للاتصال، والهدف النهائي منه، وكذلك العوامل الثانوية التي قد تؤثر فيه إيجاباً أو سلباً.

ويمكن أن نوجز تعريفاً للاتصال كالآتي:

الاتصال: هو العملية الاجتماعية، التي تتم بين أعضاء الجماعة أو المجتمع لتبادل المعلومات والآراء والأفكار والمعاني، لتحقيق أهداف معينة.

ومن خلال التعريف السابق تكون المحددات الأساسية للاتصال هي:-

١ - إن الاتصال ليس مجرد نشاط إنسانى فقط، ولكنه عبارة عن عملية process ذات أطراف متعددة - الأعضاء فى الجماعة أو المجتمع - تتسم بالتغير والاضطراب، الذى يتفق مع الطبيعة الإنسانية والأهداف المتغيرة للفرد والمجتمع.

٢ - إن هذه العملية تعتبر شكلاً من أشكال التفاعل الاجتماعى، بل إنها تعتبر ضرورة لحركة الأشكال الأخرى وتحقيق أهدافها. ولذلك فإنها تعتبر عملية اجتماعية social process تؤثر فى سمات المجتمع وأهدافه وتتأثر بهما فى نفس الوقت.

٣ - إن عملية الاتصال تعتبر ضرورة للفرد والمجتمع. تسهم فى تحقيق الحاجات الفردية والاجتماعية.

٤ - لا يغير من مفهوم العملية الاجتماعية ، تغير الرموز التى تعبر عن المعانى والأفكار. فهذه الرموز يمكن أن تكون رموزاً لفظية فيطلق عليه الاتصال اللفظى Verbal communication ، أو غير لفظية، فيسمى الاتصال غير اللفظى non-verbal communication والذى يدخل فى دائرته العديد من أنماط الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى، مثل الرموز المصورة، والرموز الموسيقية، والإيقاع..... وغيرها. التى تقوم بنفس أدوار اللغة والألفاظ فى التعبير عن المعانى لتحقيق أهدافها فى الاتصال^(٢).

أهمية الاتصال

للفرد والمجتمع

ويعكس التعريف السابق ومحدداته الأساسية، الأهمية الخاصة للاتصال فى حياة الفرد والمجتمع. والتى دعت الكثير من الباحثين إلى دراستها من خلال الكشف عن

الوظائف والأدوار التي يقوم بها الاتصال، والحاجات التي يسهم بدور في تلبيتها^(٣). وهناك عدد من الدوافع التي تدفع الفرد إلى الاتصال مع الآخرين، ليس لإشباع الحاجات الأولية أو الأساسية فقط، ولكن لتلبية حاجات أخرى فردية واجتماعية بوصفه عضواً في جماعة من الجماعات، أو المجتمع.

وتتلخص أهمية الاتصال بالنسبة للفرد في الآتي:

أولاً: يقوم البناء الاجتماعي داخل الجماعة، أو داخل المجتمع على تحديد الدور الذي يقوم به كل فرد داخل هذا البناء. وهذا ما يجعل الفرد يشعر بقيمته داخل الجماعة أو المجتمع. وهذا الدور يفرض على الفرد القيام بوظائف متعددة تختلف فيما بينها من دور إلى آخر. وتحقق في النهاية التكامل الاجتماعي، وذلك لارتباط وظيفة كل فرد حسب دوره بالآخرين. ولا يمكن أن يقوم بهذه الوظائف التي تتفق مع الدور الاجتماعي دون اتصاله بالآخرين.

ونادراً ما نجد دوراً اجتماعياً لا يفرض على الفرد اتصالاً بالآخرين. وحتى إذا كان هناك مثل هذا الدور، مثل دور الباحثين أو العلماء المتفرغين للبحوث والاكتشافات العلمية، فإن هذا الدور يفرض عليه اتصالاً مع زملائه أو أقرانه، خاصة وأن المعرفة العلمية أصبحت تميل إلى التخصص الدقيق الذي يتكامل مع غيره من التخصصات. وذلك بجانب الاتصال اليومي لإشباع الحاجات الأولية أو الأساسية.

وبجانب ما يفرضه الدور الاجتماعي من اتصال بالآخرين، فإن اتصال الفرد بمصادر المعلومات والمعرفة يدعم المكانة الاجتماعية التي ترتبط بهذا الدور أو يفرضها.

ثانياً: ونظراً لأن العزلة داخل المجتمع تجسد لدى الفرد الإحساس بالخوف. فإن الاتصال بالآخرين يساعد الفرد على الاقتراب منهم، ودعم الإحساس بالأمن والطمأنينة الناتجة عن التماسك الاجتماعي، والذي يعمل أيضاً على دعم الاتصال بالآخرين،

ويعتبر مظهراً من مظاهره.

ويتأكد الإحساس بالأمن داخل الجماعة بقيام علاقات اجتماعية إيجابية بين أفرادها، تجعل الفرد يعرف الآخرين، ويتبادل معهم الحاجات والأفكار والآراء من خلال الاتصال المستمر فى حياة الفرد اليومية.

ثالثاً: وتظهر أهمية الاتصال للفرد فى حاجته إلى المعلومات والمعارف الخاصة بالقضايا والموضوعات اليومية، التى تفيد الفرد فى اتخاذ قراراته اليومية. وبالإضافة إلى ذلك تظهر الحاجة إلى الارتفاع بمستوى المعارف والمهارات. التى تنعكس على الأداء والإنجاز اليومى. وكذلك المعارف الثقافية التى تفيد فى الخروج بأحكام صائبة فى الموضوعات التى يتعرض لها الفرد فى حياته اليومية. وتظهر أهمية الاتصال أيضاً فى حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف التى تدعم ما يؤمن به من أفكار وقيم ومعتقدات.

رابعاً: وتظهر أيضاً أهمية الاتصال للفرد فى كونه العملية الأساسية لاكتساب الفرد خصائص وسمات المجتمع الذى يعيش فيه وينتمى إليه. وتدعم بالتالى انتماءه إلى هذا المجتمع. فالفرد من خلال الاتصال يكتسب قيماً وأفكاراً ومعتقدات المجتمع. وينقلها بالتالى إلى آخرين فى صورة أو أخرى، وفى إطار عمليات اجتماعية مثل التنشئة الاجتماعية. فيتحقق بالتالى التكيف الاجتماعى مع هذا المجتمع، والتوافق مع قيمه وعاداته ومعتقداته.

خامساً: ويجانب الأهمية التى يعكسها الدور الاجتماعى، والمكانة الاجتماعية والحاجة إلى الانتماء، والتكيف الاجتماعى، بجانب الأهمية التى يعكسها كل ذلك للاتصال، تظهر حاجة الفرد إلى الاتصال للهروب من الواقع اليومى، والتخليق فى عالم الخيال، أو الواقع الآخر الذى يرسمه الآخرون فى كتاباتهم أو أعمالهم التى تعرض فى

الصحف أو الراديو أو التلفزيون أو السينما أو المسرح. من محتوى ترفيهي يساعده على ذلك بوصفها وسائل للاتصال بأعداد كبيرة من المتلقين. كما سيأتى تفصيلاً فيما بعد.

وبجانب مايقوم به الاتصال من وظائف تعكس أهمية للفرد، فإن

أدواراً أخرى للاتصال تعكس أهمية للمجتمع مثل : -

أولاً : يوفر الاتصال للأفراد فى المجتمع، والمجتمع الكلى، المعلومات الخاصة بالبيئة والأخطار المحيطة بها. مما ينعكس على دعم الاستقرار والأمن داخل المجتمع وخارجه.

ثانياً: يحقق الاتصال الترابط أو التقارب بين أفراد المجتمع وعناصره. ودعم التفاعل بينهم، فيؤدى ذلك فى النهاية إلى تحقيق التماسك الاجتماعى.

ثالثاً: يحقق الاتصال المحافظة على الهوية الثقافية للمجتمع. بنقل تراثه من جيل إلى آخر، وتعريف الأجيال الجديدة بهذا التراث، الذى يعتبر أحد المحددات الأساسية للنظام الثقافى فى المجتمع.

ولايعنى عرض هذه الوظائف التى تعكس أهمية الاتصال فى المجتمع، ضرورة أن توفر أى عملية اتصالية كل هذه الوظائف معاً. ولكن العملية الاتصالية يمكن أن تقوم بوظيفة أو أكثر، أو تؤدى محصلة العمليات الاتصالية التى يشارك فيها الفرد إلى مجموع هذه الوظائف، أو تسهم وسائل الاتصال بأنواعها فى تحقيقها معاً.

العناصر الأساسية

لعملية الاتصال

يسهم تحديد العناصر الأساسية لعملية الاتصال فى الاقتراب كثيراً من تعريف العملية. بل إن هذا التحديد اتخذ بديلاً عن التعريف اللفظى لهذه العملية فى عديد من

كتابات وبحوث الخبراء فى مجالات الاتصال المختلفة.

وبشير التعريف السابق ذكره إلى ضرورة توافر حد أدنى من العناصر الضرورية

لقيام العملية بدورها. وهذه العناصر هى :-

١ - مرسل sender أو مصدر source أو قائم بالاتصال communicator

يقوم بنقل المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعانى إلى آخرين.

٢ - رسالة message تحتوى على الرموز - لغوية ، لفظية-أو غير لغوية، غير لفظية

- التى تعبر عن المعلومات أو الأفكار أو الآراء أو المعانى.

٣ - مستقبل reciever أو متلقى andience يستقبل الرسالة ومحتواها. وقديماً

اهتم أرسطو بهذه العناصر الثلاثة حتى تحقق الخطبة أهدافها بين الناس :

- الخطيب (مرسل).

- الخطبة (رسالة).

- الجمهور أو الجماعة (المستقبل).

وكذلك اهتم ابن خلدون بهذه العناصر الثلاثة، عندما اهتم بالإطار الاجتماعى

(العمران الإنسانى) فى نقل الأخبار وقبولها.

ثم كانت بعد ذلك النظريات والنماذج الغربية التى اهتمت بعملية الاتصال فى

المجالات الاجتماعية والنفسية. وكذلك المجالات الرياضية. هذه النظريات أو النماذج قد

اهتمت بهذه العناصر الثلاثة، التى تعتبر قاسماً مشتركاً فى كافة العمليات الاتصالية

مهما اختلفت الأساليب أو الطرق المستخدمة فى الاتصال ، أو الهدف منها، أو المجال

الذى تعمل فيه.

٤ - وسيلة channel أو وسيط mediem لنقل الرسالة من المرسل إلى المستقبل.

خاصة إذا تباعدت بينهم المسافات، أو زاد عدد المستقبلين أو المتلقين. وتتطور

هذه الوسيلة في الحجم والقدرة بازدياد المسافة وعدد المطلقين وانتشارهم.

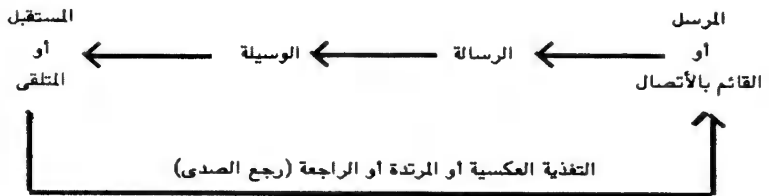
٥- يضاف إلى ذلك أن المرسل عندما يصيغ رسالته في محتوى ما، بواسطة رموز معينة، فإنه يسعى إلى تحقيق أهداف معينة من العملية الاتصالية ويتوقع من المستقبل رد فعل reaction أو استجابة ما response تشير إلى تحقيق الهدف من عدمه

وهذه الاستجابة أو مانسميها رد فعل الرسالة. يجب أن ترتد مرة أخرى إلى المرسل في شكل من أشكال التعبير أو صوره ويدخل في ذلك تعبيرات الوجه أو الإشارات أو الإيماءات... وغيرها من الرموز التي تفيد حدوث رد فعل للرسالة، سواء كان رد الفعل إيجابياً يتفق مع أهداف المرسل أو سلبياً يتعارض مع هذه الأهداف، وهذا ما يطلق عليه في العملية الاتصالية، التغذية العكسية أو المرتدة، أو الراجعة. أو ما يسمى رجع الصدى Feed back .

والعناصر السابقة -كما يوضحها شكل رقم (١)- هي التي تتوافر في أية عملية اتصالية، سواء كانت بين الأفراد أو بين فرد وآخرين، في مجال من مجالات الاتصال التي يتفاعل خلالها الأفراد لتحقيق أهداف معينة.

شكل رقم (١)

العناصر الأساسية لعملية الاتصال



وخلال العملية الاتصالية تتم عمليات فرعية أخرى تعتبر ضرورية لاستكمال دورة الاتصال بين أطرافها.

فالرسالة ليست شيئاً جامداً، يرسله المرسل إلى المستقبل. ولكنها تكون فى البداية فكرة أو خبرة أو معلومة، يرى المرسل أن انتقالها إلى المستقبل سوف يحقق هدف الاتصال له.

وبعد أن تبلور الفكرة فى ذهن المرسل فإنه يحولها إلى رسالة ذات محتوى يعبر عنه بالجمال أو العبارات أو الكلمات وهى الوحدات اللفظية أو ماتسمى بالرموز اللغوية، أو رموز مصورة أو موسيقية على سبيل المثال، لكنها تتفق بداية مع إطار الخبرة والتجربة الخاصة بالمستقبل. حتى يمكن إدراك معانيها، فيستجيب إليها بشكل أو بآخر.

وهذه الاستجابة ترد إلى المستقبل ليدرك من خلالها مدى تأثير الرسالة، وتحقيق هدف الاتصال، فتكتمل دورة العملية الاتصالية.

والعمليات الفرعية التى تحدث خلال العملية الاتصالية، سواء كانت فى جانب المرسل أو المستقبل أو الوسيلة ثم تقويم الأثر، هذه العمليات احتلت جانباً كبيراً من دراسات خبراء الاتصال تمثلت فى عدد من النماذج البنائية والتفسيرية لعملية الاتصال.

العناصر الأساسية

فى

نماذج الاتصال البنائية

النموذج هو عبارة عن بناء شكلى أو صورى، أو رياضى، للعلاقة بين العناصر والتغيرات التى نقوم بدراستها. وذلك للإسهام فى تبسيط المعرفة، وتنظيمها، وشرح الظواهر العملية، ومساعدة الباحثين على التفسير والتوقع.

ومنذ بداية الاقتراب من التقنين العلمى لعمليات الاتصال والظواهر المرتبطة بها،
 ساهم عدد كبير من الخبراء والباحثين بعدد من النماذج التى تهدف إلى التعريف
 بعملية الاتصال فى مستوياتها وأشكالها المختلفة وتفسيرها.
 ولعل أقرب هذه النماذج إلى الأنمان، النموذج الذى صاغه هارولد لازويل
 H.lasswell والذى يحدد فيه عناصر الاتصال من خلال الإجابة على الأسئلة الخمسة
 التى طرحها فى هذا النموذج، وهى^(٤):

- | | |
|----------------|------------------------|
| من .. ؟ | (القائم بالاتصال). |
| يقول ماذا .. ؟ | (الرسالة) |
| بأى وسيلة .. ؟ | (وسيلة الاتصال) |
| لمن .. ؟ | (المستقبل أو المتلقى) |
| بأى تأثير .. ؟ | (الاستجابة المستهدفة). |

وهذا النموذج استخدمه كثير من الخبراء والباحثين، كقاعدة لبناء نماذج أخرى،
 بالإضافة إلى اتخاذه أساساً لتصنيف البحوث والدراسات الخاصة بعلوم الاتصال
 بصفة عامة.

وبجانب النماذج اللفظية الشبيهة بما سبأتى ذكره بعد، هناك عدد آخر من النماذج
 الرمزية الأخرى التى استحدثت عناصر ومتغيرات جديدة. رأى الخبراء تأثيراتها فى
 حركة عملية الاتصال وعناصرها.

ونظراً لتعدد هذه النماذج التى يمكن أن تخضع للدراسة التفصيلية فى علوم
 الاتصال بصفة عامة. فإن من هذه النماذج ما يمكن تطويره للاستفادة منه فى دراسة
 عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى.

ومن هذه النماذج مايلي: -

تحليل عناصر الاتصال فى نموذج ديفيد بيرلو:

اهتم ديفيد بيرلو D.Berlo بأربعة عناصر أساسية فقط للاتصال، وهى المصدر والرسالة والوسيلة والمستقبل أو المتلقى. ولم يتعرض إلى رد الفعل أو رجع الصدى. ولذلك فإن الاتصال فى نموذج بيرلو يسير فى اتجاه واحد. إلا أن أهم مايلفت النظر فى هذا النموذج هى العوامل التى ساقها فى تحليله لهذه العناصر. والتى يتوقف عليها نجاح الاتصال أو فشله فى اتجاهه إلى المستقبل^(٥).

- فهو يرى أن نجاح الاتصال يتوقف من ناحية المصدر على :-

١ - مهاراته الاتصالية التى ترتبط بقدرته على استقبال المعانى والأفكار ووضعها فى رموز incoding , قابلة للتعبير عن هذه المعانى والأفكار سواء فى الحديث أو الكتابة. بجانب قدرته على معرفة وإدراك الرموز التى يستقبلها أثناء القراءة أو الاستماع وتحويلها إلى المعانى المستهدفة decoding وهذه المهارات خاصة بعملية الترميز أى تحول المعانى والأفكار إلى رموز لغوية، أو صوتية أو إشارية.. إلى آخره، تعبر عن المعانى المستهدفة، وماتطلبه من قدرة على التفكير السليم وتحديد الأهداف بدقة ضماناً لنجاح عملية الترميز.

٢ - وبجانب القدرات الخاصة بعملية التفكير والترميز يتوقف نجاح الاتصال أيضاً من ناحية المصدر على الاتجاهات الإيجابية للمصدر: نحو ذاته، ونحو موضوع الاتصال، وكذلك نحو المستقبل أو المتلقى.

٣ - ويضاف إلى ذلك مستوى المعارف العامة والخاصة لدى المصدر وقدرته على تبسيطها وعرضها فى رسائل اتصالية تتفق مع قدرات ومهارات الفرد المتلقى.

٤ - وكذلك تأثير السياق الاجتماعي والثقافي الذي ينتمى إليه المصدر ، ودوره ، ومكانته الاجتماعية فيه.

- أما بالنسبة للرسالة فإن نجاح وصولها يرتبط أساساً بالبناء اللغوي لها ، وعناصر هذا البناء وتكوينه. وكذلك الرموز اللغوية وغير اللغوية المستخدمة في هذا البناء. بالإضافة إلى العبارات والمعلومات التي تشكل محتوى هذه الرسالة، والأحكام والنتائج التي تعبر فعلاً عن الهدف من صياغة هذه الرسالة.

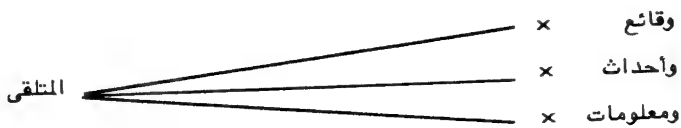
- ويتم اختيار الوسيلة في إطار القدرات والمهارات الخاصة بكل من المصدر أو المرسل، والمستقبل أو المتلقي على التعامل مع هذه الوسائل.

ويتوقف نجاح عملية الاتصال بالنسبة للمتلقى أو المستقبل على نفس العوامل الخاصة بالمصدر - السابق ذكرها - وبصفة خاصة مهاراته الاتصالية، وتأثير السياق الاجتماعي والثقافي على المشاركة في العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها.

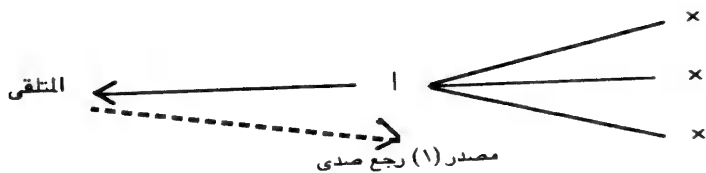
«الأدوار الوسيطة» في نموذج ويستلي، وماكلين.

اغفل نموذج ديفيد ك. بيرلورج الصدى في العملية الاتصالية، واهتم بالاتصال في اتجاه واحد. من خلال العلاقة بين المصدر والمتلقي فقط. ولكن في نموذج ويستلي، وماكلين B.Westly & M.Maclin كان الاهتمام بجانبين من جوانب العملية الاتصالية والتي تسمح بتطبيق النموذج على الأنواع المختلفة للاتصال^(١). وهما:

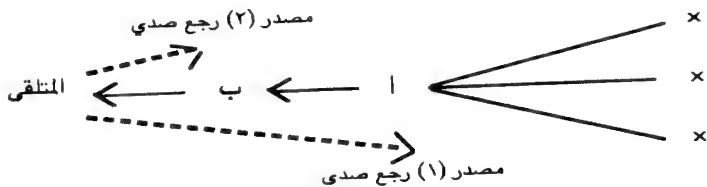
١ - إن المتلقي يتعرض للمعلومات ويختار منها بنفسه مايتفق وحاجاته. في إطار إدراكه عن صحتها وأهدافها. بجانب مايتلقاه عن مصادر أخرى بصفة مباشرة، أو عن طريق «وسيط» يعتبر في عملية الاستقبال مصدراً آخر بجانب المصدر الأول، كما توضحها الأشكال التالية:



شكل رقم (٢)



شكل رقم (٣)



شكل رقم (٤)

والشكل رقم (٤) هو الذى يمكن تطبيقه على الدور الذى يقوم به الأفراد فى النظم والمؤسسات المختلفة، فى اختيار المعلومات ونقلها إلى المستقبل أو المتلقى. وتقديرهم لها فى إطار معرفتهم بحاجة المتلقى. وهم من يسمون حراس البوابة gate keeper فى وسائل الإعلام المختلفة.

بجانب إمكانية تطبيقه على الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى حيث يظهر دور الفرد الوسيط فى تحويل المصنف إلى عمل فنى جماهيرى، أو دور المؤدى فى نقل المعانى فى العمل المسرحى أو السينمائى على سبيل المثال، وتأثيره على عملية النقل خلال العرض.

٢ - اهتم النموذج أيضاً بجمع الصدى، أو التغذية المرتدة أو العكسية ليس إلى المؤسسة أو المنظمة فقط، ولكن إلى المصدر رقم (٢) أيضاً فى هذه العملية. والذى ينقله أيضاً إلى القائم بالاتصال أو المصدر رقم (١) سواء كان جمع الصدى مقصوداً نقله إلى ١ (مصدر رقم - ١) أم لا Purposive-non purposive feed back. ولم يغفل النموذج أيضاً تقويم المتلقى للرسائل إلى رسائل هادفة أو غير هادفة purposive-non purposive. وكذلك تقويم المصدر لها فى هذا الإطار. من خلال علاقة هذه الرسائل بالتأثير فى إدراك الفرد للوقائع والأحداث أم لا. أو فى إطار علاقتها بالتعرض أيضاً سواء كان مقصوداً أم لا.

أهمية «الخبرة المشتركة» فى نموذج ويلبور شرام.

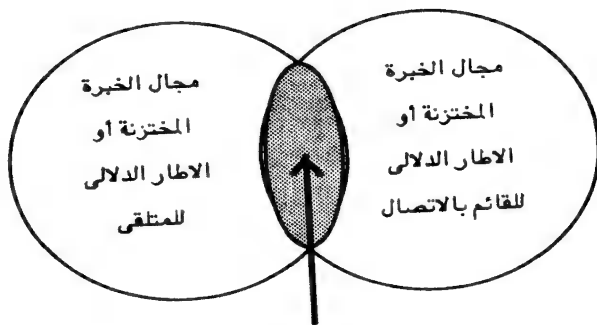
استعار ويلبور شرام W.Schramm عدداً من التماذج السابقة فى بنائه للنموذج الذى قدمه فى عدد من الأشكال المتتالية التى تمثل مرحلة التفسير عند كل من المصدر أو القائم بالاتصال، والمستقبل أو المتلقى. وقيام كل منهما بعملية الترميز بشقيها. وعلاقة عملية الترميز عند كل منهما بمجال الخبرة المختزنة stored experience

لكل منهما، أو الإطار الدلالي **Frame of references** للمعاني الخاصة بكل منهما. والتي تتأثر كثيراً بالعادات والتقاليد والقيم والمهارات المكتسبة.... إلى آخره، والتي تؤثر بالتالى فى إدراك الأفراد لمعاني الرموز الاتصالية^(٧).

وبالتالى فإن نجاح الاتصال يتوقف إلى حد بعيد على اختيار الرموز الاتصالية التى تحمل نفس المعانى المشتركة لدى كل من القائم بالاتصال والمتلقى. وهذه المعانى تتأثر بمجال الخبرة ودلالة المعانى لدى كل منهما.

فإذا ما اختار القائم بالاتصال رموزاً ليست ذات دلالة أو معانى تدخل فى دائرة أو مجال خبرة المتلقى، فإنه سيصعب عليه تفسيرها بنفس المعانى التى يقصدها القائم بالاتصال.

وبذلك فإن صياغة الرسالة فى رموز تدخل فى دائرة الخبرة المشتركة، أو الإطار الدلالي المشترك لكل منهما سيؤدى حتماً إلى نجاح عملية الاتصال (شكل رقم ٥).



مجال الخبرة المشتركة

شكل رقم (٥)

ومن جانب آخر فإن صياغة الرسالة بما يتفق وحاجات المستقبل أو المتلقى، بحيث تحقق له عائداً من التعرض يتمثل فى تلبية هذه الحاجات. وكذلك اختيار الرموز بما يتفق مع إطار الخبرة ودلالة المعانى الخاصة به، سيققل من الجهد المبذول فى إدراك معانى هذه الرموز.

وفى هذا الإطار وضع شرام رؤيته لاختيار المتلقى للرسالة فى إطار العلاقة بين العائد المتوقع والجهد المبذول.

ولم يغفل أيضاً فى رؤيته للاختيار، مايمكن أن يشعر به المتلقى من اذى أو عقاب أو توتر إذا تعرض إلى رسائل لا تتفق فى محتواها أو الرموز المختارة مع قيمه أو عاداته الاجتماعية.

$$\begin{array}{rcl} \text{معامل الاختيار} & = & \frac{\text{قدر الجزاء} - \text{قدر العقاب}}{\text{الجهد المطلوب}} \\ & & \frac{\text{العائد المتوقع}}{\text{الجهد المبذول}} \end{array}$$

والعلاقة بين العائد المتوقع والجهد المطلوب أو المبذول تفسر إلى حد بعيد الترحيب الجماهيرى بالتلفزيون، واستبداله بالذهاب إلى السينما أو المسرح على سبيل المثال. ولايتأثر الجهد المبذول فى إدراك معانى الأعمال الفنية الجماهيرية، بإدراك معانى الرموز اللفظية فقط - مثل الحوار - ولكن يتأثر بالرموز الأخرى التى تدخل فى بناء هذه الأعمال، مثل الرموز الخاصة باللغة السينمائية التى قد تجهد المشاهد فى إدراكها - لقلة خبرته بها - رغم إدراكه للرموز اللفظية فى الحوار على سبيل المثال. وبالإضافة إلى ماسبق فإن ويلبور شرام قد اهتم فى نموجه أيضاً بالتشويش

noise الذى يؤثر فى نجاح العملية الاتصالية، ويقصد به كل ما يؤثر على عملية الاتصال سلبياً دون قصد من القائم بالاتصال ، مثل الصعوبات الخاصة بالوسيلة أو فى كل جوانبها. أو العوامل التى تؤدى إلى غموض أو عدم وضوح الرسالة أيضاً.

أشكال

الاتصال

يساهم الفرد فى حياته اليومية فى العديد من العمليات الاتصالية - بوصفه مرسلأ أو مستقبلأ فيها - التى تتخذ أشكالاً (أنواعاً أو أنماطاً) مختلفة. فنجد أن الفرد يتصل بفرد آخر، أو أكثر من فرد اتصالاً مباشراً. ينقل الخبرة أو المعرفة، أو يتلقى المعلومات والأفكار... إلى آخره. أو يكون عضواً فى جماعة يستمع إلى محاضرة عامة، أو يشاهد عرضاً موسيقياً، أو يستمع إلى فاصل موسيقى حى.

ومن جانب آخر نجد أن الفرد أيضاً لتحقيق أحد الأهداف الاتصالية يقلب صفحات الصحف، أو مؤشر الراديو، أو التلفزيون، أو يشاهد عرضاً مسرحياً أو سينمائياً. كل هذه العمليات التى يقوم بها الفرد لإشباع حاجاته الاتصالية، تعبر عن مشاركة فى شكل من أشكال أو أنماط أو أنواع الاتصال بين الأفراد، أو بين الفرد والجماعات، أو بين الجماعات، أو بين الجماهير الغفيرة، أو بين المجتمعات وبعضها البعض. من خلال عدد من الوسائل أيضاً تتفق وشكل أو نمط الاتصال.

والفرد فى مشاركته لهذه العمليات الاتصالية، يقوم بعمليات اتصال ذاتية يناقش بينه وبين نفسه عدداً من الأفكار والموضوعات التى تتطلب منه استجابة ما فى اتجاه معين.

وهذه العمليات الاتصالية تأخذ أحد الأشكال أو الأنواع أو

الأنماط التالية:

أولاً: الاتصال الذاتي intra personal communication

وهو الاتصال الذى يتم بين الفرد ونفسه، فى محاولة لتنظيم إدراكه عن الأشخاص والأشياء، والأحداث والمواقف التى يتعرض لها. أو حول مايتعرض له من معلومات أو أفكار أو آراء. باعتبارها منبهات stimulants أو مشيرات، تتطلب منه استجابة response بشكل معين أو فى اتجاه معين.

وهذا الشكل من الاتصال هو الذى يسمح للفرد أن يتخذ قراراته، بناء على المعلومات التى يستقبلها عن طريق حواسه^(٨).

وعلى سبيل المثال عندما نسمع أو نشاهد عملاً فنياً من خلال الراديو أو التلفزيون أو السينما أو العرض المسرحى، فإن حواس الأذن والعين هى التى تستقبل هذه المعلومات، وترسلها إلى المخ. الذى تتم فيه عملية تقييم الرموز التى استقبلتها الحواس، وإضفاء المعانى الذاتية عليها. فيتخذ قراره بقبول الاستمرار فى الاستماع أو المشاهدة، أو رفضها. فيعطى أوامره إلى الجهاز الحركى لتغيير المحطة أو غلق الجهاز على سبيل المثال.

وفهم هذه العملية التى تحدث بين الفرد ونفسه، هو أساس فهم عملية الاتصال. ذلك أن رد الفعل reaction تجاه أى رسالة يستقبلها الفرد فى أى شكل من أشكال الاتصال الأخرى يتوقف على ناتج هذه العملية التى تحدث ذاتياً فى جميع المواقف. وتتأثر بالمخزون الإدراكى لدى الفرد عن الأشخاص والرموز التى يتعرض لها الفرد فى عملياته الانفعالية.

بالإضافة إلى أن هذه العملية أيضاً بالشكل المشار إليه، تتم فى مرحلة مبكرة من العمليات الاتصالية التى تتم مع الآخرين. حيث يقوم الفرد من خلال الاتصال الذاتى بالتعرض والملاحظة للعديد من الأشياء والرموز التى يتأثر بها فى بناء رسائله الاتصالية، ويتأثر اختياره لرموز هذه الرسائل أيضاً بما لديه من مخزون معرفى وإدراكى حول فكرة الرسالة وموضوعها وأهدافها، وفكرته أيضاً عن الفرد المتلقى. وهذه كلها تتم خلال عملية الاتصال الذاتى بين الفرد ونفسه، قبل أن يقوم بالاتصال بالآخرين.

ثانياً: الاتصال المواجهى face to face communication

وهو الشكل الذى يتم بين الأفراد مواجهة، سواء كان بين فردين، أو بين فرد وآخرين. ولذلك ينقسم هذا الشكل إلى شكلين فرعيين آخرين. هما:

١ - الاتصال الشخصى: interpersonal communication

وهو الاتصال الذى يتم بين فرد وآخر، خلال أية عملية من العمليات التى تتم فى حياتنا اليومية، داخل الأسرة، أو بين الزملاء، وبين الأصدقاء... إلى آخره. وهو يتم بين الأفراد إما مباشرة أو من خلال وسائل اتصال أخرى مثل الهاتف على سبيل المثال.

٢ - الاتصال الجمعى : group communication

وهو الذى يتم بين فرد وآخرين، أو مجموعة من الأفراد، قد لا يعرفون بعضهم، أو تجمع بينهم خصائص أو سمات مشتركة، ولكنهم يشتركون معاً فى الموقف الاتصالى، ويلتقون مباشرة مع القائم بالاتصال.

وهذا الشكل نجده فى الندوات أو المحاضرات العامة على سبيل المثال.

ويتميز الاتصال المواجهى (الشخصى أو الجمعى) بالخصائص التالية: -

١ - تزداد ثقة الأفراد فيمن يعرفونهم، ويقابلونهم وجهاً لوجه، وبالتالي يكون احتمال

تأثير المرسل أو القائم بالاتصال كبيراً في الاتصال الشخصي أو الجمعى.

٢- نتيجة لهذه المعرفة الشخصية، فإن تأثير القائم بالاتصال أو المرسل كشخص يضاف إلى تأثير الفكرة أو الرسالة ورموزها. فيزيد من الأثر العام للاتصال فى الاتجاه المؤيد لموضوع الاتصال.

٣- فى الاتصال المواجهى تتوافر إمكانية حدوث الاتصال فى اتجاهين. من المرسل إلى المستقبل بالنسبة للرسالة، ومن المستقبل إلى المرسل بالنسبة لرجع الصدى أو التغذية العكسية. وبالتالي يمكن للمرسل أن يتعرف على استجابة المستقبل بالنسبة للرسالة مباشرة وأثناء عملية الاتصال.

٤- يوفر الاتصال المواجهى درجة عالية من المرونة فى العملية الاتصالية، حيث يمكن أن يعدل المرسل من رموز الرسالة، أو الوسيلة، بالشكل الذى يحقق أهداف الاتصال. ويتحقق هذا نتيجة المراقبة المباشرة والسريعة لاستجابة المستقبل التى تظهر فى رجع الصدى أو التغذية العكسية.

ثالثاً: الاتصال الجماهيرى (الاتصال بالجماهير) mass communication

ويتميز الاتصال الجماهيرى بالتنوع فى الرسائل، وتقنيات الوسائل، وجماهير الملقين بالإضافة إلى التأثيرات المختلفة (٩).

وعادة ما يتم تعريفه من خلال هذه المعالم المتعددة، فالاتصال الجماهيرى هو: تلك العملية التى يقوم فيها القائم بالاتصال، ببث رسائل مستمرة ومتعددة، من خلال الوسائل الأليكترونية والآلية، إلى عدد كبير ومنتشر من الملقين فى محاولة للتأثير عليهم بطرق متعددة (١٠)، وارتبطت التعريفات الخاصة بالاتصال الجماهيرى، بتعريف جمهور الملقين mass audience الذى يتميز بضخامة العدد، والانتشار، وعدم التجانس heterogeneous بالإضافة إلى عدم اتصاله مباشرة بالقائم بالاتصال، وبالتالي عدم

معرفته بهذا الجمهور. بالإضافة إلى تميزه بالقدرة على التواصل الاجتماعي، ونشاطه وإيجابيته في العملية الاتصالية. وهو ما يميز جمهور المتلقين في الاتصال الجماهيري، عن الحشد أو الجماهرة mass التي كان يرى الخبراء من قبل في خصائصهم وسلوكهم العفوي خصائص لجمهور الاتصال الجماهيري . وهو ما يسرد تفصيلاً في الفصل الرابع من هذا الكتاب.

ويمكن تحديد خصائص الاتصال الجماهيري في الآتي:-

- ١- إنه يتوجه إلى عدد كبير جداً من الأفراد، لا يمكن الوصول إليهم من خلال الاتصال الشخصي أو الجمعي.
- ٢- نتيجة لانتشار الجمهور المتلقى للرسائل في الاتصال فإنه يصعب الاتصال بالجمهور، وذلك يفرض استخدام الوسائل الآلية أو الأليكترونية في بث الرسائل الاتصالية إلى هذا الجمهور الضخم المنتشر. وتتمثل هذه الوسائل في وسائل الاتصال الجماهيري، المطبوعة، والمذاعة بأنواعها.
- وهذه تحتاج إلى جهود فكرية ومادية لصياغة الرسائل الاتصالية بما يتفق مع طبيعة هذه الوسائل وتقانياتها.
- ٣- نتيجة لهذا، يصعب على المرسل أو القائم بالاتصال التعرف على استجابة المتلقين مباشرة. لانعدام رجع الصدى أو التغذية العكسية. وبالتالي فإن هذا الشكل من الاتصال يعتبر اتصالاً في اتجاه واحد فقط.
- ٤- يترتب على ماسبق، عدم قدرة القائم بالاتصال على تقويم رد فعل للرسالة أو موضوع الاتصال أثناء عملية الاتصال. ولكن ذلك يتم في فترات لاحقة من خلال البحوث والدراسات الميدانية لنتائج واثر الاتصال الجماهيري.
- ٥- إن السيطرة على العملية الاتصالية تكون في يد المستقبل أو المتلقى أكثر، لأنه

هو الذى يختار وسيلة الاتصال الجماهيرى، وموضوع الاتصال. ويتحكم فى عملية الاستقبال بالطريقة التى تتفق مع سماته العامة، والاجتماعية، وحاجاته، ودوافعه من الاستقبال.

وهذا يخضع لتأثيرات عدد من القوى الاجتماعية والنفسية الخاصة بالمتلقى فى علاقته بعناصر العملية الاتصالية. التى لا يمكن للقائم بالاتصال إدراكها مباشرة خلال الموقف الاتصالى، كما سيأتى تفصيلاً فيما بعد.

وبالإضافة إلى التقسيم السابق لأشكال وأنماط الاتصال. هناك تقسيمات أخرى لأشكال الاتصال بناء على معايير عديدة وضعها

خبراء الاتصال منها على سبيل المثال لا الحصر:

التقسيم بناء على أسلوب تبادل الرسائل:

- الاتصال الشفوى.

- الاتصال المكتوب أو المطبوع.

- الاتصال المرئى^(١١).

التقسيم بناء على استخدام الرموز:

- الاتصال اللفظى أو اللفوى.

- الاتصال غير اللفظى.

التقسيم بناء على استخدام الحواس:

- الاتصال المسموع.

- الاتصال المرئى.

- الاتصال المرئى المسموع.

التقسيم بناء على وظائف الاتصال:

- الاتصال الإعلامى.
- الاتصال التعليمى.
- الاتصال الثقافى.
- الاتصال الإعلانى.
- الاتصال الترفيهى.

التقسيم بناء على مجالات الاستخدام:

- الاتصال فى المجالات الاجتماعية.
- الاتصال فى المجالات التعليمية.
- الاتصال فى المجالات الإدارية.

.....

وتشير التقسيمات السابقة ضرورة التفرقة بين عدد من الوظائف التى يقوم بها الاتصال فى المجتمع، والتى تستخدم فيها الأشكال المختلفة للاتصال السابق ذكرها. والذى كثيراً ما ترد فى كتابات ودراسات خبراء الاتصال.

الإعلام:

ويلخص هذا المفهوم الوظيفة الأولى التى ساقها هارولد لازويل فى تحديده لوظائف الاتصال فى المجتمع. والتى تتمثل فى مراقبة البيئة. والتعرف على الأخطار المحيطة بها. وتمثل حاجة الفرد إلى معرفة كل ما يدور حوله من وقائع أو أحداث وشرحها وتفسيرها، والكشف عن نتائجها. وتلبى هذه الوظيفة فى نفس الوقت حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف واكتساب المهارات الجديدة التى تساعد على اتخاذ قراراته فيما يتعلق بالأمور العاجلة أو الآجلة. وكذلك حاجة الفرد إلى المعلومات والمعارف التى تلبى

حاجته إلى الأمن والاستقرار من خلال الكشف عما يحيط به من مخاطر مباشرة أو غير مباشرة. بالإضافة إلى حاجته إلى دعم مكانته الاجتماعية، وتقدير الذات من خلال اكتساب المعارف التي تدعم دوره الاجتماعي، ومركزه بين الجماعة أو المجتمع. وقد عرف الخبراء الإعلام بأنه تزويد الناس بالأخبار الصحيحة، والمعلومات السليمة والحقائق الثابتة، التي تساعد على تكوين رأى عام صائب فى واقعة من الوقائع أو مشكلة من المشكلات، بحيث يعبر هذا الرأى تعبيراً موضوعياً عن عقلية الجماهير واتجاهاتهم، وميولهم^(١٢).

ولذلك فإن أهم ما يميز وظيفة الإعلام هو الصدق حيث يستهدف الإعلام تقديم الحقائق المجردة وشرحها وتفسيرها بطريقة موضوعية. ويعتمد الإقناع فيها على تقديم الحقائق والعرض الموضوعى لها.

- الدعاية :

وللتطلب الدعاية الاعتماد على الحقائق، وإن كانت تستهدف استمالة الجماهير إلى الأهداف أو الاتجاهات أو الآراء المقصودة. فهي تحاول التأثير فى الميل السلوكى لهذه الجماهير بوسائل عديدة، منها مخاطبة العواطف، والغرائز، والمصالح، لتحقيق أهداف عادة ما يكون مشكوكاً فيها. ولذلك فهي لاتعتمد على الحقائق وحدها أو الاستمالات المنطقية، ولكنها تستخدم بجانبها الاستمالات العاطفية لتحقيق هذه الأهداف. ولذلك فإنها تعرف بأنها مجموعة الجهود المخططة التى تستهدف التأثير فى اتجاهات أو آراء الغير إلى الاتجاهات المؤيدة. من خلال توظيف عدد من القوى الضاغطة على الفرد لتغيير آرائه، أو توجيه سلوكه فى الاتجاهات المقصودة.

ولذلك فإنها تختلف عن الإعلام، فى أن الإعلام هو التعبير الموضوعى عن الواقع الفعلى، بينما لايشترط فى الدعاية أن تخاطب هذا الواقع، بل يمكن أن تخلق واقعاً

جديداً من خلال التأثير فى عقول وعواطف الجمهور، يودى إلى التأثير فى آرائهم أو اتجاهاتهم، ولذلك فإن الدعاية تحاول أن تصل إلى أهدافها بطرق أخرى غير التابع المنطقى لعرض الأفكار أو الآراء، وهذا التابع كان يمكن أن يصل إلى أهداف أخرى غير الأهداف الدعاية.

ولذلك فإنه كثيراً ما لا يتم الكشف عن الأهداف الدعاية بصراحة.

- الدعوة:

لفترة طويلة كان يتم الخلط بين مفهومى الدعاية والدعوة، إلا أن الممارسة الفعلية أثبتت التباين الواضح بين المفهومين. فالدعاية فى سبيل الوصول إلى أهدافها يمكن أن تلجأ إلى تشويه الحقائق، وتزييف الوعى والمعرفة. أما الدعوة فهى تتجه إلى العقل فى إعلانها عن المبادئ السامية والتعبير عن العقائد والأفكار، وتستهدف الإيمان بها بتقديم الحقائق والاعتماد على التواصل المنطقى فى عرضها والإقناع بها، والتمسك بها.

ولذلك ارتبط مفهوم الدعوة بالحقائق الدينية، والأفكار الإصلاحية، التى تتجاوز مجرد تغيير الاتجاه، إلى التمسك بهذه الحقائق والأفكار ودعمها، واعتبارها مرشداً للسلوك الإنسانى ودليلاً لتقويمه.

- الإعلان :

وإذا كان كل من الاعلام والدعاية والدعوة تعتبر جهوداً مقصودة وتعتمد فيما تعتمد على الجهود الشخصية، ويتم القيام بها دون مقابل مدفوع. فإن الإعلان يعتبر جهوداً غير شخصية، ومدفوعة، لعرض الأفكار والآراء، وتفسيرها. بجانب استخدامه بشكل واضح فى الجهود الترويجية للسلع والمنتجات. من خلال وسائل الاتصال المختلفة. معتمدة فى ذلك على استمالة العواطف والغرائز بالدرجة الأولى لتوجيه الأفراد إلى

السلوك المؤيد أو المحابي للفكرة أو الرأي، أو المنتج والسلعة. باعتبارها هدف المعلن من الاتصال الإعلاني.

وسائل الاتصال

وسيلة الاتصال هي الوسيط channel, mediem الذي ينقل الرموز التي تحتويها الرسالة إلى المستقبل أو المتلقي بطريقة واضحة ومفهومة. وقديماً اعتمدت التجمعات البشرية على الإشارات أو الدخان أو النار أو الطبول، في نقل الرسائل بين القبائل والجماعات، أو التحذير من الأخطار المختلفة، قبل ظهور اللغة ورموزها بين هذه التجمعات. فكانت هذه الوسائل البدائية من وسائل الاتصال التي تناسب هذه العصور، وتسهم في تحقيق التفاعل والمشاركة بين هذه التجمعات، كهدف من أهداف الاتصال في ذلك الوقت.

ومع ظهور اللغة، وتعدد الحاجات الإنسانية التي فرضت على الإنسان التوسع في عملياته الاتصالية، بدأ في تطوير وسائل الاتصال، حيث لم تف اللغة في ذاتها إلا في الحوار المباشر والاتصال الشخصي، ولكنها لم تساعد في ذاتها على التواصل مع الآخرين، وتبادل الأفكار ونشرها عبر المسافات البعيدة.

ولذلك تطورت وسائل الاتصال مع تطور المجتمعات حتى انتهى علماء الاتصال إلى تقسيم الحضارات التاريخية في تسلسلها، من خلال تطور وسائل الاتصال وانتشارها كالآتي^(١٣) :-

- الحضارة السمعية :

وتلك التي عاصرت الاتصال الإنساني في مرحلته الشفهية البحتة، عندما كانت

الأصوات هي الوسيلة المتاحة للاتصال داخل الدوائر المحدودة للفرد، الذي كان يعيش منعزلاً أو في جماعات محدودة العدد في مساحات محدودة ومتقاربة من الأرض. ولا يحتاج الفرد فيها إلا إلى أدوات لتمييز الأصوات البشرية، وأصوات الحيوانات أو الطيور ليحدد من خلالها اتجاه معيشتة ودوائر أمنه. وكانت الأصوات والإشارات المسموعة «قرع الطبول مثلاً» هي الوسائل المتاحة للتحذير من الأخطار أو تأمين الحركة والانتقال سعياً وراء الأمن والغذاء.

وفي هذه الحضارة السمعية لعبت الأصوات الموسيقية دوراً هاماً في تعزيز الاتصال، وتحقيق الوحدة بين أحاسيس البشر، ومختلف عناصر الحياة، وتمكنت من التعبير عن الفرد وعن الجماعة في تنسيق ووحدة، ثم كانت أيضاً وسيلة رئيسية للعبادة وشنح الأحاسيس، ودفع لحركة البشرية وتنظيمها^(١٤).

وتقابل الأصوات الموسيقية، الكلمات في اللغة المنطوقة، وتشاركها في نقل المعاني والأفكار بين الأفراد، وتشاركها أيضاً في نفس الصفات الفكرية عن طريق مفرداتها اللغوية أو الصوتية السمعية^(١٥).

وبذلك شاركت الأصوات والموسيقى، الألفاظ المنطوقة في تشكيل حضارة هذا العصر.

- الحضارة الكتابية:

وهي المرحلة التي صاحبت محاولات الإنسان تسجيل الرموز اللغوية، بناء على المعاني التي تجسدها، والتي تم الاتفاق عليها بين أفراد المجتمع الواحد، أو المجتمعات المتجاورة. وكانت المجتمعات قد انتقلت إلى شيء من التنظيم والاستقرار، فاستخدمت الكتابة في الاتصال بين الأفراد، وأصبحت المخطوطات والمحركات وسائل أساسية للاتصال. حتى مع التباعد النسبي بين الجماعات والمجتمعات.

وفرضت الكتابة البحث فى الوسائل التى تكتب عليها الرسائل الاتصالية، فاستخدمت أوراق النباتات، وجلود الحيوانات، والكتابة على الجدران والأعمدة فى المعابد فى الحضارات القديمة. حتى تم اختراع الورق الذى سهل استخدام المخطوطات والمحركات بكميات كبيرة نسبياً. ونقل العرب صناعته عن الصينيين إلى أوروبا أثناء الخلافة العباسية.

- الحضارة الطباعية:

وهى التى اقترنت باختراع الحروف المتحركة فى الطباعة، ووضعها فى تجاور تشكيل الكلمات والجمل والسطور، التى تحمل المعانى المراد توصيلها إلى الأفراد. وطباعة هذه السطور على الورق فى كميات كبيرة يمكن توزيعها ونشرها على عدد كبير من الأفراد.

وبذلك صاحب هذا الاختراع واستخدامه فى إصدار الصحف فى القرن الخامس عشر الميلادى، ظهور وسائل الاتصال الجماهيرى بالمعنى الاصطلاحي الذى قدمناه من قبل.

- الحضارة السلكية واللاسلكية:

وهى التى صاحبت اختراع التليفون والبرق، ثم الراديو والسينما والتلفزيون. فساعدت على الاتصال بين الأفراد والمجتمعات متخطية المسافات البعيدة التى تفصل بينهم.

وفى ظل هذه الحضارة، التى نعاصرها ونعاصر تطوراتها. لم يعد العالم مناطق متباعدة، وإنما أصبح بفضل تطور هذه الوسائل عبارة عن قرية صغيرة، يمكن معرفة ما يدور فى أطرافها بالصوت والصورة فى نفس الوقت.

ويعتبر الاتصال بواسطة الأقمار الصناعية Satellite communication قمة

التطور التقنى فى الاتصال اللاسلكى الذى زاد من تقريب المسافات وأسقط الحواجز بين أطراف العالم ودوله.

ومن خلال هذا التتابع فى نشأة وسائل الاتصال، يمكن معرفة تطورها، الذى جاء ضرورة لمواكبة تطور المجتمعات ونموها فى تنظيم وبناء العلاقات بين أفرادها، وبين غيرها من المجتمعات.

تقسيمات وسائل الاتصال

هناك تقسيمات متعددة لوسائل الاتصال، بناء على عدد من المعايير، إلا أن أكثر هذه التقسيمات استخداماً فى علاقتها بالمفاهيم السائدة، وحركة العملية الاتصالية، هو التقسيم على أساس الحواس المستخدمة الذى يفرق بين وسائل الاتصال كالآتى:

- **الوسائل السمعية:** التى تعتمد على حاسة السمع وحدها فى استقبال الرسائل. مثل الحديث والحوار باستخدام الهاتف، ومكبرات الصوت، والإذاعات الداخلية، والرايو.

- **الوسائل البصرية (المرئية):** التى تعتمد على حاسة البصر فى استقبال الرسائل، وتعتمد أيضاً على قدرة الأفراد على القراءة. مثل المطبوعات والمجهرات بأنواعها والشرائح الفيلمية المصورة وغيرها.

- **الوسائل السمعية البصرية (المسموعة المرئية):** وهى التى تعتمد على حاستى السمع والبصر معاً فى استقبال الرسائل، مثل عروض المسرح والموسيقى، والبرامج والأفلام التليفزيونية، والسينمائية.

وكذلك التقسيم على أساس شكل الاتصال أو نوعه:

- وسائل الاتصال الموجهى.

- وسائل الاتصال الجماهيرى.

وسائل

الاتصال الموجهى:

ومى الوسائل التى تتفق مع طبيعة عملية الاتصال الشخصى والجمعى وخصائصه، وتوفر فى نفس الوقت العوامل التى تميز هذه الأشكال للاتصال، ويتصدرها تجسيد رد الفعل الفورى أو التغذية العكسية التى يجب أن يدركها المرسل أو القائم بالاتصال، وكذلك توفير المرونة التى يجب أن يتمتع بها فى تعديل الموقف الاتصالى تبعاً لرد الفعل أو اتجاه استجابة المستقبل.

وبصفة عامة يجب أن يتوافر فى وسائل الاتصال الشخصى والجمعى ما يلى :-

- السيطرة الفورية على أعدادها وتشغيلها، بحيث يسهل التخلص من أى صعوبات تتسبب فى عدم وصول الرسالة بطريقة سهلة وواضحة. والتى يشار إليها بمفهوم التشويش noise فى العملية الاتصالية، مثل الأعطال الكهربائية فى الوسائل السلكية أو عدم كفاءتها فى نقل أو تكبير أصوات المتحدثين. أو سهولة التشويش الخارجى عليها أثناء العمل والتشغيل.

- ألا تحول دون الملاحظة المباشرة من كل أطراف عملية الاتصال للأطراف الأخرى. والتى تعتبر مكملة لعملية الاتصال، فيما يتعلق بزيادة وضوح الرسالة وإدراك معانيها، أو ملاحظة استجابة المستقبل وتقويمها.

وذلك بالإضافة إلى العوامل الخاصة بالاتفاق مع جدوى العملية الاتصالية من ناحية الوقت، والنفقات، والسرعة فى تحقيق الاتصال بين أطرافها.

وتعتبر الوسائل التالية أكثر وسائل الاتصال شيوعاً في الاستخدام في الاتصال المواجهي:

- الحوار أو الحديث المباشر بين شخصين أو أكثر، ويعتبر أكثر الوسائل المستخدمة في التأثير، لاعتماده على الثقة بين الأشخاص.

الحديث أو المناقشة المباشرة بين أعضاء الجماعة، والذي يتخذ أحد الأساليب الآتية:

- * الندوة أو حلقات المناقشة العلمية.

- * المحاضرة.

- * اللقاءات الرسمية وغير الرسمية والاحتفالات والاستقبالات.

- وسائل الاتصال السلكية واللاسلكية التي تستخدم بين فردين أو أكثر، أو عدد محدود من الأفراد. مثل الهاتف الداخلي أو الخارجي، أو البرق. وإن كانت الأخيرة لاتسمح إلا بالرسائل القصيرة والمركزة. ولكنها تحقق وظائف اتصالية في حدود إمكانيات استخدامها.

- أجهزة الإذاعة المحلية أو الدوائر التليفزيونية المغلقة، التي تصل مركز البث مع أجهزة الاستقبال المتعددة. وتستخدم بتوسع في الأغراض التعليمية والمؤتمرات، ويعتبر الاتصال التليفوني مكملاً للدوائر المغلقة لنقل استجابات المتلقين أو المستقبلين إلى مركز البث والإذاعة.

- المحررات والمخطوطات والرسائل التحريرية بصفة عامة.

- الشرائح الفيلمية المصورة، وأجهزة العرض العادية، والعولية، والسينمائية، والتي تعرض الرسوم فقط، أو الرسوم المتحركة، أو الأفلام السينمائية. والتي تسهم في عرض وشرح وتفسير الرسائل الاتصالية بين أفراد الجماعات، وفي الموضوعات

التي تحتاج إلى ذلك.

واختيار وسيلة أو أخرى من هذه الوسائل يرتبط بطبيعة الموقف الاتصالي واحتياجاته. ولايعنى استخدام وسيلة معينة أن تغنى عن استخدام الأخرى فى نفس الوقت. ولكن هناك العديد من المواقف الاتصالية التي تستخدم فيها أكثر من وسيلة معاً، مثل المحاضرة الشفوية واستخدام الشرائح المصورة معها لزيادة الإيضاح والتفسير، وهذا لايتعارض مع الاستخدام الأمثل للوسيلة بما يتفق مع حاجة وأهداف العملية الاتصالية

وسائل الاتصال

ال جماهيرى

مع ضخامة أعداد المستقبلين أو المتلقين فى الاتصال الجماهيرى وانتشارهم، أصبحت هناك ضرورة لاستخدام وسائل تنقل الرسائل الاتصالية المتنوعة، إلى هذه الأعداد الضخمة. والمتشرة عبر مسافات جغرافية متباعدة. وأن يكون إنتاج هذه الوسائل إنتاجاً جماهيرياً mass production يتيح لكل الأفراد - بقدر الإمكان - امتلاكها، وتناسب تكلفة اقتنائها مستويات الدخول السائدة لهؤلاء الأفراد.

ويمكن تصنيف وسائل الاتصال الجماهيرى، تبعاً لمعيار الحواس

المستخدمة كالاتى:

- الوسائل البصرية «المرئية» أو الوسائل المقروءة.

ومنها المطبوعات بأنواعها كالكتب، والجرائد والمجلات، والكتيبات، والنشرات، والمطويات، ويشترط فى هذه الوسائل أن تطبع بكميات كبيرة بغرض التوزيع والتشتر. ويلاحظ أن هذه الوسائل تناسب الفئات المتعلمة فقط. وتتميز بأنها تصلح فى

الاستخدام مع الرسائل الطويلة والمواد الصعبة. وتتيح للقارئ السيطرة عليها بالطريقة التي تناسب عاداته في القراءة من حيث الوقت والمكان المناسب. كما أنها تتيح له أيضاً فرصة استعادة القراءة والاطلاع والاحتفاظ بموادها حسب الحاجة إليها.

- الوسائل السمعية والراديو.

وهذه الوسيلة تناسب الأميين، بالإضافة إلى كل المستويات التعليمية. ولذلك تستخدم فيها اللغة الواضحة والسهلة، والعبارات القصيرة البسيطة، وتساعد على تذكر المواد البسيطة، ولا تحتاج جهداً من المستمع، أو تفرغاً للاستماع. وتتيح له الاستماع في جميع الأوقات. بالإضافة إلى حرية انتقاء الإذاعات أو المحطات الإذاعية التي تلي حاجاته أو تتفق مع اهتمامه واتجاهاته.

ويمتاز الراديو بأنه يصل إلى مسافات بعيدة في وقت قصير، متجاوزاً بذلك الحدود السياسية والجغرافية.

وفي تأثير الراديو يعتبر الراديو من الوسائل التي تستخدم حاسة واحدة. ولا تحتاج إلى جهد كبير من المستمع للمشاركة، أو قدر كبير من الخيال، فهي تمد المستمع بالمواد بدرجة كبيرة من الوضوح، ولذلك يصنفه مارشال ماكولهان M.Macluhan من الوسائل الساخنة hot والتي تصلح في عرض المواقف والشخصيات غير الهادئة، فتتجح في الإثارة والتفاعل مع هذه المواقف أو الشخصيات، مثل شخصيات هتلر خلال حكمه لألمانيا.

على عكس التليفزيون الذي يعتبر من الوسائل الباردة أو الهادئة cold التي تحتاج من المشاهد إلى جهد كبير في استكمال المواد التي قدمها، وبالتالي تحتاج إلى قدر كبير من الخيال، وتحتاج إلى استخدام عدد من الحواس التي يجب أن يعمل على تحقيق التوازن بينها.

ووضوح المادة التي يقدمها الراديو - مثل المادة المطبوعة - تبعدها عن المستمع، لأنها لا تحتاج منه إلى جهد في استكمالها والاندماج معها. على عكس التلفزيون، الذي يقرب إلى المشاهد الموضوعات والمواقف والشخصيات، بما يتطلبه من جهد في المساهمة واستكمال الصورة، لزيادة وضوحها وإدراكها. ولذلك فإنه يقرب إلى المشاهد هذه المواقف والشخصيات ويجعله يندمج معها. ولذلك لا ينجح في العرض من خلاله المواقف أو الشخصيات التي تؤدي إلى الاختلال في توظيف الحواس لاستكمال النقص والمشاركة والاندماج في الموقف. ولذلك فإنه في المواقف الساخنة يكتفى بالتعامل مع حاسة واحدة، مثل الاكتفاء بالصورة والحركة فقط في الحروب والمظاهرات والحوادث والكوارث. وكذلك بالنسبة للشخصيات الساخنة التي قد تحرك حاسة واحدة على حساب الأخرى خلال العرض التلفزيوني. ولذلك ما كان ينجح هنتر في أسلوبه لو كان قد اخترع التلفزيون واستخدم وقتئذ^(١٨).

- الوسائل السمعية البصرية (السينما والتلفزيون).

وهي التي تعتمد على الصوت والصورة في عرض الرسائل الاتصالية إلى أعداد المشاهدين. وتعمل على استثارة أكثر من حاسة للمتلقي. وتتطلب منه جهداً كبيراً في المشاركة، واستكمال النقص في عرض الأعمال المعروضة خلالها. وبالتالي قدراً كبيراً من الخيال بالنسبة للمتلقي كما سبق أن ذكرنا من قبل.

ويختلف التلفزيون عن السينما في أنه يحقق مزيداً من الألفة مع الشخصيات والمواقف نظراً لصغر الشاشة، واقتربها من المشاهد التي تؤدي إلى اقتراب المواقف والشخصيات إلى المشاهد فتتوافر خصائص الاتصال المواجهي الذي يؤدي أكثر إلى التفاعل والمشاركة وتحقيق الأثر. ولذلك فنادر ما يقدم التلفزيون في أعماله أعداداً كبيرة من الشخصيات أو ازحاما في المواقف، مثل السينما التي تعتمد على الشاشة

الكبيرة واللقطة الكبيرة فى تجاوز الصعوبات الخاصة بازحام المشاهد أوالمواقف. كما يختلف عن السينما أيضاً فى ظروف التعرض والمشاهدة نظراً لتأثير قاعات العرض التى تختلف عن التعرض فى المنازل.

وتستفيد هذه الوسائل بكافة الرموز فى توصيل الرسائل المصورة إلى المشاهد، مثل الحوار والصورة والموسيقى والإضاءة ... إلى آخره - كما سيأتى تفصيله بعد - بحيث أصبحت تجمع بين عدد من مزايا أساليب الاتصال المختلفة ووسائلها.

وعملت الأقمار الصناعية على زيادة فعالية التليفزيون وتجاوزه للحدود والمسافات، بحيث أصبحت تمثل ثورة فى الاتصال، تصل بين المجتمعات وبعضها متجاوزة الحدود الطبيعية والسياسية، وكان لها تأثيرها فى التبادل الثقافى بين الشعوب، وإذا كان يؤخذ على الوسائل السمعية والبصرية من قبل القيود التى تضعها على المشاهد فى الانتقاء والتحكم بما يوافق ظروف المشاهدة. فقد أدى اختراع أجهزة التسجيل «الفيديو» إلى أن يتجاوز المشاهد هذه الصعوبات بحيث ييسر الاختيار والتسجيل وإعادة العرض فى الظروف والوقت الملائم.

ويعمل العرض المسرحى والموسيقى الحى على زيادة فاعلية الاتصال، حيث يكون الممثلون أو المؤدون وجهاً لوجه أمام جمهور المتلقين، ويتوافر فى العرض الكثير من خصائص الاتصال المواجهى، على الرغم من العرض الجماهيرى.

ويضاف إلى الوسائل السابقة بأنواعها، المعارض التى تقوم بدور فى عرض الأعمال الإبداعية التشكيلية، والمتاحف التى تسهم فى تحقيق وظيفة نقل التراث وتعريف الأجيال الجديدة به. بالإضافة إلى الوسائل الإعلامية والإعلانية التى يتم عرضها فى أماكن ظاهرة من الطرق والمواصلات مثل الملصقات وإعلانات الطرق. وعادة ماتستخدم هذه الوسائل مع بعضها فى تكامل تام لتحقيق حاجات الفرد والمجتمع من التعرض لها فى إطار عملية الاتصال الجماهيرى.

هوامش

الفصل الأول

١- للاستزادة فى تعريفات الاتصال، راجع بالتفصيل

- جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الاتصال، ط٢، القاهرة:

دار الفكر العربى ١٩٧٨. ص.ص ٤٩- ٥٦

John C,Merril and Ralph L, Lowenstein, Media, Message and men., 2 end edition., New York: Longman 1979 pp 3-8.

2. E.C. Eyre, Effective Communication., London: Heine man 1979p.4.

٣- للاستزادة، راجع بالتفصيل:

- جيهان رشتى: مرجع سابق، ص.ص ٦٤- ٦٨.

- محمد عبد الحميد: وسائل الاتصال الإدارى، المملكة العربية السعودية:

إدارة التطوير التربوى- وزارة المعارف ١٩٨٨، ص.ص

١٢-١٤

- محمد عبد الحميد: وسائل الاتصال المطبوعة، فى: على عوجة وآخرون:

مقدمة إلى وسائل الاتصال، جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩،

ص.ص ٢٣٥-٢٣٨.

- محمد محمد البادى: وسائل الاتصال الجماهيرى والمجتمع، المرجع السابق

ص.ص ٦٠- ٦٢.

- Horold D. Losswill., The Structure and Function of Communication in Society., In: Wilbur Schramm (ed) Mass Communication 2 end edition., Urbana: University of Illinois press 1960 p.118.

- Wilburn Schromm : The nature of Communication Between Mumans., In : Wilbur Schramm and Donald F. Raberts (eds). The Prosses and Effects of Mass communication. 3rd edition, Urbana : University of Illinois Press 1975 p.p. 3-53.'

- Charles R. Wright., Mass communication: A Socioiological perspective., 2nd edition., New York: Rondon Hous 1975 p.9.

4- Harold D. Lasswill. ap. cit p. 117.'

5. Bruce Westley and Macloim Maclean., A Conceptual Model for Communication Research., Journalism Quarterly Vol 34 1957- 1 pp 31- 38.'

٧- راجع بالتفصيل:

- Wilbur Schramm, Op. Cit.

- Wilbur Schramm., Men, Mwssage and Media : A look at Human Communication., New York: Harber & Row, Pulshisher 1973 p.p 41- 44.'

Publisher., 1973 P.P44,41

8. John R. Bittner., Mass communication: An Introduction., 2nd edition., New Jersey: L. Prentic. Hall 1980 pp.8-9.

9 Melvin L.Defleur and Everette E. Dennis., Understanding Mass communication., London: Houghton Mifflin Company 1981 p.6.

10. Ibid p.II

11. E.C. Eyre., Op.Cit. p,3.

١٢ - إبراهيم إمام : الإعلام والاتصال بالجمهير ط ٢ ، القاهرة : الأنجلو المصرية ١٩٧٥ ص ١١ .

١٣ - راجع بالتفصيل :

- جيهان رشتى : مرجع سابق، ص.ص ٣٧٤ - ٣٨٠ .

- حمدي حسن : مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال ، القاهرة :

دار الفكر العربى ١٩٨٧ ص.ص ١٢ - ٦٠ .

- زيدان عبد الباقي : وسائل وأساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية

والتربوية والإدارية والإعلامية ط ٢ القاهرة : النهضة المصرية

١٩٧٩ ، ص.ص ٥٥ - ٥٦ .

- محمد عبد الحميد : وسائل الاتصال الإدارى - مرجع سابق ص.ص ٢٧ - ٢٩ .

١٤ - يوسف السيسى : دعوة للموسيقى ، الكويت : سلسلة عالم المعرفة ، العدد ٤٦ ،

أكتوبر ١٩٨١ ، ص ١٣.

١٥ - المرجع السابق : ص ١٨.

16. Wilbur Schrumm., Men, Message and Media.,
Op.Cit pp.125-129.

الفصل الثانى

نموذج الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

هل تختلف حركة عملية الاتصال واتجاهاتها، وعلاقات الأثر في مجالات الإبداع الفنى عن غيره من المجالات الأخرى؟ سؤال تفرضه الحاجة إلى الرؤية الجسمة للاتصال فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، الذى يتميز بعدد من الخصائص والسمات تجعله ينفرد بنموذج خاص للتعريف بعناصره، وتفسير حركته فى إطار تأثيرات العديد من القوى الاجتماعية والنفسية التى تتفق والمفاهيم السائدة للفن والابداع من جانب، والتذوق والاستمتاع الفنى من جانب آخر.. وكلاهما يمثلان العناصر الأساسية فى العلاقات الاتصالية، وحركتها، فى إطار السياق الاجتماعى الكلى.

وهذا يستدعى بداية تأصيل هذه المفاهيم فى علاقتها بالاتصال، وصياغة العلاقة بينها وبين القوى المؤثرة فى العملية الاتصالية فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، تمهيدا لصياغة نموذج خاص للاتصال فى هذه المجالات.

الفن والاتصال

تقودنا التعريفات الخاصة بالفن إلى تأكيد معالم عملية الاتصال فى هذه التعريفات، مهما اختلفت الرؤى الخاصة، أو تباينت بتباين المراحل التاريخية التى ساقتها، أو تباين الاشتقاق اللغوى لهذه التعريفات فى الثقافات المختلفة^(١).

فالفن ليس نشاطا ذاتيا يقوم به الفنان بذاته. ولكن الفرد فى المجموع، يتعامل مع الموجودات فى بيئته لخلق أشياء، تنعكس آثارها عليه وعلى هذا المجموع.

وسواء كانت تلك الآثار جمالية بحتة، أو عاطفية، أو فكرية، فإنها تكون هدفا لعملية اتصالية بين الفنان، والمنطقى الذى يتمثل فى المستمع أو المشاهد لأى عمل من الأعمال الفنية.

ويذهب تولستوى فى تعريفه للفن إلى التحديد الصريح لمفهوم العملية الاتصالية فى ثنايا التعريف.. حيث ينظر إلى الفن بوصفه مظهرا من مظاهر الحياة البشرية، وهو وصفه أيضا أحد وسائل الاتصال بين الناس. ويرى أن الإنسان كما ينقل أفكاره إلى الآخرين عن طريق «الكلام» فإنه ينقل إلى الآخرين عواطفه عن طريق الفن. ومعنى هذا أن الفن لا يخرج عن كونه أداة تواصل بين الأفراد، يتحقق عن طريقها ضرب من الاتحاد العاطفى أو التناغم الوجدانى بينهم. ولما كان الناس يملكون هذه المقدرة الفطرية على نقل عواطفهم إلى الآخرين عن طريق الحركات والأنغام والخطوط والألوان والأصوات وشتى الصور اللفظية، فإن كل الحالات الوجدانية التى تمر بالآخرين من حولنا هى بطبيعة الحال فى متناول احساساتنا. فضلا عن أن فى وسعنا أيضا أن نستشعر عواطف أخرى أحس بها غيرنا من قبل منذ آلاف السنين^(٢).

ولم تغفل النظرة إلى الفن باعتباره نشاطا يهدف إلى تحقيق المتعة واللذة، لم تغفل هذه النظرة المتعة التى يحسها الفنان عندما يحققها غيره من مشاهدة أو تأمل الأعمال الفنية. ولم تقصر هذه النظرة المتعة على الفنان نفسه فقط، ولكنها امتدت إلى الغير، ليتحقق الاتصال مستهدفا الآثار الجمالية أو الاستمتاع بالأعمال الفنية.

وبجانب ذلك هناك عدد آخر من الآراء التى تؤكد على الدور الاتصالى للفن^(٣) : فالفن كما يؤكد جرمبريتش «E. Crombrich» هو أساسا عملية اتصال، أو تخاطب تتم بين الفرد والجماعة. والتصوير يعتبر وسيلة من وسائل الاتصال المهمة، وهو كذلك طريقه للأخبار ونقل وتراكم المعرفة عبر أجيال عديدة ومتتالية. ويؤكد هذا جوليان ليفى «J. Lévi» حين يقول إن التصوير فى أحسن حالاته هو شكل من أشكال الاتصال. فالمصور يحاول أن يحصل من خلاله على استجابة من الآخرين. وكل من العلم والفن

كما يشير جوليان هكسلى «Huxly» بعد لأحداث ووسائل لفهم العالم وتوصيل هذا الفهم إلى الآخرين.

وتظهر كذلك أهمية الاتصال فى نزعة الإنسان إلى نقل تجربته الحياتية من خلال العمل الفنى إلى الآخرين. فمنبع الفن وأساسه هو تمثل تجربته الحياتية، واستنباط مفهومها ودلالاتها القيمة. وتشبث هذا الاستنباط وتوصيله إلى آخرين، عن طريق استعادة التجربة استعادة حركية: كما يحدث فى مجال الإبداع الدرامى، أو خيالية: كما يحدث فى مجال الإبداع الأدبى بكل ضروبه، أو تشكيلية: كما يحدث فى فنون التصوير والنحت^(٤).

وحتى مع التوسع فى مفهوم الفن لتجاوز حدود الانفعال والعاطفة، كما تشير إليه الاتجاهات الخاصة بالآثار الجمالية والعاطفية. حتى مع التوسع فى مفهوم الفن ليكون مظهرا من مظاهر النشاط الفكرى. الذى يحاول أن يتفهم العالم، وأن يعين الغير بدوره على فهمه. مع هذا التعريف أيضا يظهر مفهوم العملية الاتصالية، باعتبار الفن أداة لنقل التجربة الفردية والاجتماعية إلى الغير. ولا يتم هذا النقل إلا من خلال العملية الاتصالية.

ويؤكد اتجاه آخر للتعريف على ضرورة أن تتضمن التجربة الجمالية، التذوق والمشاركة الفنية.

فليس الفن - فى إطار هذا التعريف - مجرد خلق لصور أو ابداع الأشياء، وإنما هو أيضا نشاط تتولد عنه منتجات تصلح لأن تكون بمثابة منبهات أو مثيرات، تشير لدى الغير بعض الاستجابات المرضية^(٥).

وهذا الاتجاه يرى أن العمل الفنى هو «منبه» أو «مؤثر حسى» يولد لدينا مجموعة

من التأثيرات الجسمية والنفسية، ويستثير بالضرورة انتباهنا وملاحظتنا. وحينما نكون بإزاء العمل الفني، فإنه لابد أن تجيء بعض الموجات الضوئية أو الصوتية أو أية وسائل فيزيقية أخرى، فتنبه أعضائنا الحسية وجهازنا العصبي، ومراكزنا المخية، لكي تدفع بها إلى الاستجابة لذلك التنبيه، فنقوم عندئذ بإداء بعض الأفعال التي تتفق مع طابعنا الخاص، وحالاتنا النفسية، واتجاهاتنا العقلية.... إلى آخره.. وسواء أكان العمل الفني عبارة عن لوحة، أم كان عبارة عن سيمفونية «مثلاً» فإنه لابد من أن يجيء منظوباً على تنظيم خاص للمنبهات في المكان والزمان، أو في الاثنين معاً. وهى المنبهات التي تتألف على شكل خطوط ومناطق ألوان في الفن البصري، بينما نراها تتألف على شكل أصوات في الفن السمعي.

والعلاقة بين المنبة «رسالة» والاستجابة «رد الفعل - السلوك» هي العلاقة التي تعتبر من أسس العملية الاتصالية في نماذج الاتصال، ونظريات التعلم التي تقدم تفسيراً للسلوك^(٦).

ومع تعدد المعانى المختلفة للفن أيضاً، التي يفسر من خلالها مفهوم الفن في اتجاهات مختلفة، تتأكد أيضاً العملية الاتصالية^(٧). فلا يقصد بالفن المعنى الانطباعي فقط والذي يقف عند حدود تلقى الفنان للمؤثرات الجمالية من الواقع حوله، ثم يعمد إلى تخزينها في نفسه، ليقيم بينها - بعد ذلك - علاقات جديدة، لم تكن موجودة في الواقع البشري. الذي يعيشه الفنان.. ولكنه يمتد إلى المعنى الانتقائي الذي يدور حول قدرة الفنان على الانتقاء من بين الموجودات المحيطة به، أو التي يتخيلها نوعيات معينة ذات صفات متباينة، ويقوم بنقلها إلى المشاهد أو المستمع في صيغة أو أخرى. ويمتد أيضاً إلى المعنى التأثيري الذي يصف الفن في رسالة أو خطاب يريد إيصاله إلى

الأخرين. حيث يعتبر الفن أداة يعبر من خلالها عما يستشعره من أحاسيس وجدانية ومن أفكار أو اتجاهات أو قيم. بالإضافة إلى المعنى الاجتماعى الذى يؤكد على تأثيرات البيئة على الفنان بوصفه عضواً فى البيئة الاجتماعية.

هذه المعانى التى تقدم تفسيرات مختلفة للفن فى علاقته بها، تجتمع فى مجموعها على تأكيد العملية الاتصالية فى التأثر بالبيئة، والانتقاء من موجوداتها، وإيصال ما انتقاءه إلى الغير بعد إعادة صياغته فى شكل فنى مناسب.

فالفنان فى هذه التفسيرات هو المصدر أو القائم بالاتصال أو المرسل، والرسالة فى هذه الحالة هى ما أعاد الفنان صياغته فى عمل فنى، والمتلقى هو الغير، الذى يهدف الفنان إيصال رسالته إليه.

الإبداع والاتصال

إذا كان الإبداع كما تعرفه المعاجم والموسوعات العلمية هو القدرة على ابتكار حلول جديدة لمشكلة ما^(٨)، فهو فى شكله البسيط استجابة من الفرد المبدع للرؤية الجديدة الناتجة عن العملية التى قام بها المبدع خلال مواجهته وملاحظته للموقف أو المشكلة.. ابتداء من التعرض لها وإدراكها، إلى إعادة تكوينها وتشكيلها لتظهر فى واقع جديد.

وبذلك يحمل الإبداع ضرورات إدراك الواقع بكل تفاصيله وعلاقاته، ثم التمرد عليه.. بمعنى عدم التكيف معه لخلق الجديد. الذى يرى فيه المبدع معنى معيناً، أو يحقق هدفاً ما. وهذا المعنى أو الهدف يرتبط بالغير بشكل أو بآخر. فالإبداع فى مرحلته الأولى هو تعرض لمواقف أو قضايا أو أشكال أو أشياء شتى. يرصدها المبدع فى البيئة وكل مظاهر الحياة حوله. ولذلك لا نتصور أن يتحول الفرد المنعزل إلى مبدع. لأن الإبداع

يستلزم اتصالا مع البيئة والمجتمع، يتعرض من خلاله الفرد المبدع إلى الموقف في شكله القائم. ثم يحتاج بعد ذلك إلى اتصال آخر يحقق من خلاله التعرض إلى مصادر المعلومات والأفكار في الاتجاه العام أو الخاص للعمل الإبداعي، يسهم في اخصاب الفكرة الأولية وتطويرها نحو اكتمال البناء والنضوج. وهو ما يعيشه الفرد المبدع في مرحلة الاخصاب ونمو الفكرة الإبداعية واختبارها.

ذلك أن القدرات الإبداعية لا تنمو ولا تتطور لدى الفرد المبدع، ما لم يستوعب ثقافة عصره، وحضارة مجتمعه وقيم الجماعة التي ينتمى إليها. حيث لابد أن يقف في البداية وبشكل تفصيلي ودقيق على ما هو سائد في المجتمع من نماذج ذهنية وأفكار ثقافية وتشكيلات جمالية، خاصة بمجتمعه والجماعات الأخرى أيضا، بالإضافة إلى ما يكتسبه الفرد في مجالات تخصصه ومجالات العمل الإبداعي الذي يتجه إلى استكمالهِ وبناءهِ^(٩).

كما أن تأثير المجتمع في ذاته على الإبداع يبدو واضحا في مدى ما يوفره المجتمع من ظروف مناسبة يتصدرها شرط الحرية، وسيادة روح التسامح، وتهينة الفرصة للتفرغ الإبداعي، والتنظيم السياسى الاجتماعى الذى يسهم فى ذلك. بجانب توفير المعلومات بسهولة، وتحديد الهدف القومى الشاخذ للعملية الإبداعية، وتحديد الهوية الثقافية بشكل يوجه الطاقة الإبداعية على طريق واضح فعال^(١٠).

وهذه المتطلبات الاجتماعية التى تأخذ شكل المصدر للأعمال الإبداعية تارة، وتارة أخرى شكل المقومات هى التى تسهم في نجاح العملية الإبداعية وتطورها.

هذه المقومات الاجتماعية توفرها نماذج الاتصال فى اتجاهاتها المختلفة بالنسبة للفنان المبدع. بوصفه مستقبلا لمصادر المعلومات والمعرفة العامة والخاصة من جانب،

وتلك الخاصة بإطار التحصين الاجتماعى للإبداع والأفراد المبدعين فى المجتمع من جانب آخر.

وبالإضافة إلى تعرض الفرد المبدع إلى مصادر المعلومات والمعرفة فى المجتمع، فى إطار العملية الاتصالية التى يكون فيها المبدع مستقبلا للرسائل الاتصالية المختلفة التى توفرها هذه المصادر، بالإضافة إلى ذلك فإن العمل الإبداعى بوصفه نتاجا للعملية الإبداعية عادة ما يكون هادفا أو وظيفيا يحقق هدفا ما، أو غاية معينة سواء على مستوى الفرد المبدع أو على مستوى الغير أيا كان: فردا أو جماعة أو المجتمع الكلى.

فالفرد المبدع ينتظر من العمل الإبداعى أن يحقق أو يسهم فى تحقيق حاجة من الحاجات النفسية الفردية، مثل تقدير الذات أو دعم المكانة الاجتماعية، الذى يظهر فى معالم القبول والرضا والتأييد للعمل الإبداعى من الغير، الذين يشكلون فى مجموعهم جماعة أو جمهور المتلقين لهذا العمل. والتى تظهر استجاباتهم للعمل الإبداعى فى شكل من أشكال السلوك المحابى أو المؤيد لهذا العمل.

كما أن قيام العمل الإبداعى أو إسهامه فى تحقيق حاجة اجتماعية معينة ترتبط بالأهداف المتوقعة لإنجاز هذا العمل، ينعكس أيضا على إحساس الفرد المبدع بالدور الاجتماعى الذى يقوم به، وأهميته فى المجتمع. وهذا يدعم بالتالى القدرات الإبداعية عند الفرد المبدع ويطورها، بالإضافة إلى القدرات الخاصة بتجاوز الصعوبات التى تواجه عملية الإبداع بصفة عامة.

التذوق الفنى

والاتصال

من بين التعريفات المتعددة لمفهوم الإبداع هو ابتكار أساليب جديدة للتعبير

الفنى^(١١) والفن في تعريف المعجم الوسيط هو جملة الوسائل التى يستعملها الإنسان لإثارة المشاعر والعواطف، وبصفة خاصة عاطفة الجمال كالتصوير والموسيقى والشعر، ومهارة يحكمها الذوق والمواهب.

وطبقا لهذا التعريف فإن الإبداع الفنى هو ابتكار أساليب جديدة لإثارة المشاعر والعواطف لدى الغير. أو تطوير الأساليب والوسائل الحالية لتحقيق هذا الهدف.

وبذلك فإن الإبداع الفنى بصفة خاصة يستهدف بهذا التعيير آخرين. ويشير فيهم استجابة معينة نحو العمل الإبداعي الفنى، سواء اتخذ شكل عمل مسرحى، أو فيلم سينمائى أو مقطوعة موسيقية. وتتمثل هذه الاستجابة فى عملية التذوق appreciation التى يقوم بها المشاهد أو المستمع عند تعرضه للعمل الإبداعي الفنى، فيستعيد أداة من أدوات الحس ليعبر بها عن إحساسه بشيء غير مادى.

والتذوق فى هذه الحالة هو عملية تتم على مراحل، يبدأ الفرد فيها بإدراك الشيء، ثم تقويمه من خلال الأثر الوجدانى الذى انعكس عليه. وتمثل فيما أحس به من استمتاع أو استغراق فى العمل، أو انفعال بالآداء، أو توحيد مع الأشخاص والمواقف.. إلى آخره، من الآثار النفسية التى يحس بها الفرد عند تعرضه لأعمال تثير العواطف والشعور والوجدان لدى الفرد.

وتنتهى عملية التذوق باستجابة تتجسد فى معالم التقدير والإعجاب، والتى قد تصل حسب طبيعة العمل الإبداعي الفنى إلى محاولة الاحتفاظ بهذا العمل أو اقتنائه.

وبهذا يعتبر العمل الإبداعي الفنى مثيرا عند تعرض الفرد المتلقى له. ولكنه مثير للعواطف والمشاعر والأحاسيس الوجدانية، التى تؤثر إلى حد كبير فى اتجاهات الميل السلوكى عند الأفراد، وإدراكه للأشياء والمواقف المحيطة به.

وبذلك نرى أن التذوق الفني في نهاية الأمر هو تعبير عن اتجاه الفرد نحو الأعمال الفنية الإبداعية التي يتعرض لها، وليس مجرد التعرض فقط لهذه الأعمال. حيث يتطلب من الفرد استجابة في اتجاه ما إلى الأعمال الفنية التي تعرض لها بوصفها مثيرا في عملية اتصالية تتم في لحظات أو فترات التعرض.

وحيث أن التذوق الفني هو تعبير عن اتجاه الفرد نحو الأعمال الفنية، فإنه لا يكفي في تكوين هذا الاتجاه الشعور الوجداني فقط. لأن الاتجاه *attitud* في تعريفه العلمي هو نظام أو تنظيم ثابت من عناصر المعرفة والشعور والميل أو الاستعداد السلوكي.

ويعتبر عنصر المعرفة *cognitive* أحد العناصر الأساسية في تحديد الاتجاه، حيث يشمل الأفكار والمعتقدات والمعلومات التي تشكل في مجموعها الخبرات المتراكمة، والتي تؤثر في وصف موضوع الاتجاه وسماته وعلاقته بغيره من الموضوعات ^(١٢)، كما أن الإطار الثقافي لدى المتذوق يشكل جانبا كبيرا من مكونات خبرة المتذوق الفني، التي تكسب هذا التذوق دلالاتها العقلانية ^(١٣).

ولذلك تظهر أهمية الأعمال الفنية الإبداعية في تطوير المعرفة الفنية لدى الأفراد المتلقين لتشكل تراكما للخبرات التي تتفاعل مع الإحساس الوجداني لحظة التعرض إلى هذه الأعمال، فتعطى الفرد المتلقى القدرة على الإدراك، وتذوق هذه الأعمال وتكوين الاتجاهات حيالها.

ولذلك فإن التذوق الفني يتطلب بداية التعرض للأعمال الإبداعية الفنية، سواء بالاستماع أو المشاهدة لهذه الأعمال وتكوين اتجاه حيالها. وبعد أن يكون قد تعايش لا شعوريا مع الفنان المبدع وتفاصيل العمل ودقائقه في نظرة كلية شاملة.

وباعتبار هذه المعيشة تجربة جمالية، قد يرى إلحاحا لديه فى العودة إليها مرة أخرى - إعادة مشاهدة العرض المسرحى، أو الفيلم السينمائى، أو قراءة الرواية، أو مشاهدة المعرض.. إلى آخره - وعندما يجد الفرد أنه قد اتخذ قرارا باستعادة الاستماع أو المشاهدة أو القراءة. فإن الفرد المتلقى فى هذه الحالة يكون قد وصل إلى حالة الاستمتاع الفنى، وهى حالة راقية من التذوق، يدرك فيها مشاعر أو أحاسيس لم يخبرها من قبل، ويكتشف أطرا وأساليب وعلاقات فنية لم يرها من قبل فى نفس العمل الفنى ذاته^(١٤).

وإذا كان الإبداع الفنى يعتبر عملية process فى إطار نشاط الفرد المبدع، فإن التذوق هو الآخر عملية فى إطار نشاط الفرد المتلقى عند تعرضه للأعمال الفنية نتاج عملية الإبداع الفنى.

وكلا العمليتين - الإبداع والتذوق الفنى - تقعا على طرفى عملية أكبر، هى العملية الاتصالية، التى تستهدف وظائف عديدة فى مجالات الإبداع الفنى.

نموذج الاتصال فى مجالات

الإبداع الفنى الجماهيرى

تبدأ عملية الإبداع عادة بتعرض الفرد إلى موقف يرى فى تفاصيله وجزئياته ما يدعو إلى المبادأة بتغييره. من خلال صياغة جديدة للعلاقات بين هذه التفاصيل أو الجزئيات. أو يرى أن هناك حاجة إلى الجديد فى مجال ما من مجالات الإبداع أو ابتكار أساليب جديدة للتعبير الفنى.

وفى هذه الحالة فإن الموقف الذى يراه الفرد المبدع، أو الحاجة التى يكتشفها، أو تقييم الأساليب القائمة، هذه كلها تعتبر منبهات أو مشيرات للتفكير فى التغيير

أوالتجديد. والتي يعتبر الفرد متلقيا لها فى عملية اتصالية أولية. وعادة ما يكون مصدر هذه المثيرات أو المنبهات هو المجتمع أو البيئة المحيطة بالفرد المبدع. سواء كان هذا المجتمع هو المجتمع الخاص بالفرد المبدع والذي يمثل مجال الممارسة العلمية أو المهنية أو الفنية، أو كان المجتمع الكل الذى ينتمى إليه الفرد بمحدداته الثقافية المختلفة.

والتعرض إلى المنبهات أو المثيرات واستقبالها يرتبط أولا وأخيرا باستعداد الفرد المبدع لهذا الاستقبال أو التلقى والذي يميز فردا عن آخر، ويحدد خاصية المبدع فى قدرة الفرد على التعرض إلى هذه المثيرات أو المنبهات واستقبالها.

وتأتى بعد ذلك قدرة الفرد المبدع على إدراك الموقف بكل تفصيلاته وجزئياته، فى إطار الكل المحيط به، إدراكا كاملا يهيئ للفرد التجنب أو الإبعاد أو الترك من جانب، أو يهيئ له من جانب آخر الصياغة الجديدة أو صياغة الجديد بعلاقات جديدة ترتبط بخصائص العمل الإبداعي.

وترتبط عملية الإدراك بالمخزون المعرفى للفرد، فى إطار علاقته بالمواقف أو المشكلات التى يتعرض لها. ويقدر هذه المعرفة والخبرات المتراكمة المخزونة يتم إدراك الكل والجزء والعلاقات القائمة^(١٥).

وبذلك فإننا لا نتصور قدرة الفرد المنعزل على الإبداع، حيث يعتبر الاتصال شرطا جوهريا للاقتراب من العمل الإبداعي، بداية بالتعرض إلى الصور والأشكال والمواقف القائمة وإدراكها.

وخلال المراحل الخاصة بعملية الإبداع التى تبدأ بالاستعداد والتحضير، وتنتهى بالتحقق والاختبار^(١٦). خلال هذه المراحل يقوم الفرد بعمليات اتصالية عديدة سواء مع الغير أو مصادر المعرفة العامة أو الخاصة أو أصحاب الاختصاص.. إلى آخره. لمزيد



من الاستبصار حول حدود العمل الإبداعي. وقد يقوم بعمليات اتصالية أخرى لأغراض التنفيذ والمراجعة والتقويم الأولى للعمل الإبداعي فى بعض مراحلها، حتى يدخل العمل الإبداعي مرحلة الإشراق والظهور والتجسيد والإعداد للعرض أو الإعلام به.

وطبقا للوظائف الخاصة بالعمل الإبداعي الفني يتم صياغته فى شكل من الأشكال الفنية، ليتفق مع خصائص وحاجات المتلقين المستهدفين بهذا العمل الإبداعي الفني.

وفى هذه الحالة يتحول العمل الفني من جهد ذاتى للفنان المبدع، إلى رسالة فى إطار عملية اتصالية مع المتلقين لهذا العمل.

وتظهر حاجة الفنان المبدع إلى الاتصال بالمتلقين من خلال العمل الإبداعي الفني فى الآتى:

- تلبية الحاجات النفسية للفنان المبدع من عرض العمل على المتلقين، والتي تتمثل فى الإحساس بالتقدير، ودعم المكانة الاجتماعية، الخاصة بالدور الاجتماعى للفنان المبدع فى المجتمع.

- تقويم العمل الإبداعي الفني فى علاقته بالمتلقين. وفى إطار ما يحققه من حاجاته فردية واجتماعية للفرد والمجتمع.

ويمثل رد فعل المتلقين، استجابتهم للعمل الإبداعي الفني فى شكل ما، بدءا من الاهتمام، إلى الإعجاب والتقدير الذى يمثل التذوق الفني للعمل. ثم مرحلة الاستمتاع الفني به، وتكرار الاستماع والمشاهدة، الذى يرفع كثيرا من عدد المتلقين له، ويعتبر معيارا فى أحوال عديدة لقبول العمل وإدراك محتواه ومعانى رموزه ودلالاتها.

وهذا التسلسل فى العملية الاتصالية يتفق مع عدد من النماذج التى قدمها خبراء الاتصال فى عدد من البحوث والدراسات الخاصة به، والسابق الإشارة إليها فى

الفصل السابق.

ولعل الإجابة على الأسئلة التى طرحها هـ . لازويل فى نموذجها الخاص بتحديد عناصر الاتصال، تحدد أيضا العناصر الأولية أيضا فى نموذج خاص بعملية الاتصال فى مجال الإبداع الفنى. والتى يمكن استكمالها من خلال تطويع العناصر المشار إليها فى الفصل السابق لبناء هذا النموذج.

وتطبيق نموذج لازويل على الاتصال فى مجالات الإبداع يكون من خلال الإجابة على الأسئلة المطروحة. كالتى:

من....؟ الفنان المبدع

يقول ماذا....؟ العمل الفنى

لن....؟ جمهور المتلقين «المستمعون أو المشاهدون»

بأى وسيلة....؟ وسائل عرض الأعمال الفنية والتى تتمثل فى المسرح والسينما، والراديو والتليفزيون.

بأى تأثير....؟ وظائف الإبداع الفنى للفرد والمجتمع.

وبالإضافة إلى النماذج المشار إليها من قبل فى الفصل السابق، فإن نموذج جورج جربنر «G. Gerbner» الذى نشره فى الخمسينات فى مقال بعنوان نحو نموذج شامل للاتصال «Toward a Genral Model OF Communication»، ويضم فى بنائه العناصر الخاصة بتعرض الفرد المرسل إلى المثيرات والمنبهات التى يستجيب لها، بعمل ما يصيغه فى محتوى معين، يستهدف تحقيق نتائج معينة. هذا النموذج يفيد أيضا فى بناء نموذج للاتصال فى مجالات الإبداع الفنى.

والعناصر الأساسية فى نموذج «جربنر هى:

(فرد ما / يدرك موقفا أو حدثا / يستجيب له / فى حالة ما / بوسائل معينة / يصيغ مادة متاحة / فى شكل ما / وسياق ما / ينقل محتوى / له بعض النتائج) (١٧).

وفى نموذج الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى يمثل العنصر الأول: الفنان المبدع، وتمثل العناصر الأربعة التالية حالة التعرض والاستجابة إلى المواقف والأحداث المحيطة به بوصفها مثيرات أو منبهات للفنان المبدع، التى تشيره إلى خلق العمل الفنى، والذى تصيفه العناصر الأربعة التالية، ليحقق من خلال نقله إلى الغير بعض النتائج. كما تظهر فى العنصر الأخير من هذه العناصر العشرة.

وعلى الرغم من محاولة استلهم نماذج الخبراء السابقين، إلا أن أيا منها وحده لا يكفى للتعبير عن عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى.

بينما يمكن من خلالها الاسترشاد بعدد منها أو كلها للتعريف بعناصر عملية الاتصال فى هذه المجالات. التى لا يمكن أن تغفل فيها تعرض الفنان المبدع إلى المواقف والأحداث والوقائع والمشكلات التى تحدث فى البيئة والمجتمع. بالإضافة إلى تأثيرات الإطار الاجتماعى والثقافى لهذه البيئة وهذا المجتمع على إعداد العمل الفنى ونقله للغير. بجانب الدور النشط والفعال الذى تقوم وسائل الاتصال الجماهيرى «صحف/ راديو/ تليفزيون» فى التعريف بالعمل وتفسيره من خلال الوظيفة النقدية لهذه الوسائل، والتى كثيرا ما يسترشد بها المتلقون فى تعرضهم للأعمال الفنية الإبداعية. بالإضافة إلى ما يمكن أن تقوم به الوظيفة النقدية من الإسهام فى تقديم العمل الفنى من جانب آخر بعد دخوله فى إطار العملية الاتصالية. والإسهام أيضا فى صياغة ونقل استجابة المتلقين لهذا العمل.

وبالإضافة إلى ذلك فإن طبيعة العمل الفني وبصفة خاصة فى مجالات الموسيقى والمسرح والسينما، والدراما الإذاعية والتلفزيونية، غالبا ما تفرض مشاركة من آخرين فى مجال التخصص الدقيق لكل منهم فى سبيل اخراج هذا العمل إلى إطار العملية الاتصالية.

وهؤلاء الآخرين هم الذين يمثلون فريق العمل الذى يتولى تحويل العمل إلى شكل مسموع أو مرئى يتفق مع خصائص وسيلة الاتصال التى يذاع أو يعرض من خلالها. وبذلك يدخل فريق العمل الفني بتأثيراته المختلفة فى إطار العملية الاتصالية فى مجالات الإبداع الفني الجماهيرى.

وبذلك تكون عناصر العملية الاتصالية فى مجالات العمل الفني كالاتى:

- المجتمع (بوصفه مجالا لمصادر الفكرة الإبداعية من جانب، وكذلك بتأثير مقومات السياق الاجتماعى والإطار الثقافى، على صياغة العمل الفني واختيار رموزه، وكذلك تأثيرها على تهيئة الظروف المناسبة للإبداع الفني أو إعاقه هذه العملية أو الانحراف بها عن وظائفها).

- الفنان المبدع.

- فريق العمل (الذى يشارك فى إخراج العمل الفني وعرضه فى الوسيلة المناسبة).

- العمل الفني (الذى يتم صياغته واختيار رموزه بما يتفق مع خصائص وسمات

جمهور المتلقين، وكذلك مع خصائص وسيلة العرض)

- الوسيلة (التى يذاع أو يعرض من خلالها العمل الفني).

- جمهور المتلقين (والذى يستجيب للعمل الفني بشكل ما، وكذلك يتأثر فى أحوال

عديدة بالوظيفة النقدية لوسائل الاتصال الجماهيرى).

- التأثيرات الراجعة (والتي تترد من جمهور المتلقين إلى كل من الفنان المبدع ووسائل الاتصال الجماهيرى - وكذلك من وسائل الاتصال الجماهيرى إلى الفنان المبدع).

والنموذج التالى - شكل رقم ٥ - يوضح علاقة هذه العناصر ببعضها فى إطار عملية الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

ويوضح النموذج السابق - نموذج الاتصال في مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى - عناصر العملية الاتصالية فى هذه المجالات، والعلاقات بين هذه العناصر وبعضها. وقد اتفقت صياغة هذا النموذج مع طبيعة عملية الإبداع الفنى وأهدافها، ومصادرها واتجاهات التأثير فيها على النحو التالى:

- فالفنان المبدع لا يتأثر فقط بالمؤثرات البيئية والاجتماعية العامة، بوصفها مصدرا للحقائق والأفكار، التى يستلهم منها فكرته الإبداعية، ويتصدرها الإطار الثقافى العام للمجتمع، لا يتأثر بهذه المؤثرات فقط، ولكنه يتأثر أيضا بجمهور المتلقين المستهدف بالعمل الفنى الجماهيرى، من خصائصه وسماته العامة والاجتماعية. والتى تسهم فى تشكيل الإطار المعرفى للفرد. الذى يؤثر بالتالى فى تعرضه وانتقائه للأعمال الفنية. حيث يميل الفرد إلى انتقاء الأعمال - بوصفها رسائل اتصالية - التى تتفق فى أبعادها ودلالاتها، مع أفكاره ومعتقداته واتجاهاته. وهذا هو جوهر نظريات التوازن «Balance Theories» أو الاتساق المعرفى «Cognitive consistency» التى تعتبر أحد المداخل الأساسية فى التعرض الانتقائى للأفراد^(١٨).

وفى هذا المجال نفرق بين الجمهور العام the mass national audience؛ والجمهور الخاص specialized audience الذى يجمع أفراد بعض الاهتمامات أو الحاجات، أو الاتجاهات المشتركة^(١٩) والتى تتفق مع اتجاهات الأعمال الفنية الجماهيرية ودلالاتها. - وفى المجالات التى لا يقوم فيها الفنان المبدع وحده بتنفيذ فكرته الإبداعية، وتحويلها إلى عمل فنى قابل للعرض، مثل الأعمال الموسيقية والمسرحية والسينمائية، والأعمال الدرامية فى الراديو والتلفزيون. ويشاركه فى تنفيذها فريق من المبدعين - كل فى مجال تخصصه - ليصبح هناك تأثير من نوع آخر على الفنان المبدع صاحب الفكرة

الإبداعية، وعلى أعضاء هذا الفريق، يتأثر بنمط العلاقات الاتصالية داخل فريق العمل واتجاهات أعضائه. ولذلك تظهر أهمية الفنان المبدع الذى يقود هذا الفريق فى سبيل ترجمة الأفكار الإبداعية الفنية إلى أعمال فنية مستخدما الرموز التى تتفق وخصائص وسيلة العرض وجمهور المتلقين لهذه الأعمال، بالإضافة إلى أهمية توحيد الاتجاهات والآراء وأطر الدلالة بين هذا الفريق، وفى علاقاتها بالعمل الفنى الجماهيرى. ذلك أن اختلاف الاتجاهات والرؤى حول اخراج العمل الفنى إلى الوجود سيؤثر إلى حد بعيد فى استخدام الرموز الاتصالية الفنية وتباينها مما يؤدى بالتالى إلى عدم وضوح المعانى المطلوب إيصالها إلى المتلقى، فتؤثر أيضا فى إدراكه لأبعاد العمل ودلالاته.

- ومن جانب آخر يتأثر فريق العمل كله باتجاهات المفاهيم السائدة، التى تنظر إلى

الأعمال الفنية فى إطار المفهوم المؤسسى institutional الذى يتبناه الكثيرون فى حقل الإبداع الفنى، نظرا لعدم قدرة الفرد وحده على إنتاج الأعمال الإبداعية فى المجالات الفنية المختلفة. ولذلك يؤثر هذا المفهوم على إطار العلاقات بين الأهداف والأعمال من جانب، وإطار العلاقات بين المؤسسات الإنتاجية لهذه الأعمال والمؤسسات والنظم الأخرى فى المجتمع.

ولذلك تؤثر طبيعة الأهداف على اتجاهات الاتصال بين الأفراد فى فريق العمل الفنى. حيث يختلف تأثير الأهداف المادية فى اختيار الأفراد والكفاءات والإمكانيات، نظرا لسيادة المفاهيم الخاصة بسرعة دوران رأس المال المستثمر وتحقيق العائد المادى، والتى تؤثر بالتالى على حركة الاتصال واتجاهاته. يختلف تأثير الأهداف المادية عن تأثير الأهداف المعنوية، أو الأهداف ذات العلاقة بالوظائف الاجتماعية للإبداع الفنى.

وبنفس الطريقة تؤثر طبيعة الأهداف على حركة الاتصال واتجاهاته بين المؤسسات

الإنتاجية للأعمال الفنية، والمؤسسات والنظم الأخرى فى المجتمع.

وهذه كلها يظهر تأثيرها على إنتاج الأعمال الإبداعية فى المجالات الفنية من حيث الشكل والمحتوى والمعانى المستهدفة فى هذه الأعمال.

ولذلك كانت الضرورة إلى طرح نموذج للاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى يؤكد على هذه التأثيرات ويفسرهما. ويظهر بالتالى موقف كل عنصر من عناصر العملية الاتصالية فى علاقته بالعناصر الأخرى.

فالفنان المبدع فى هذا النموذج بوصفه القائم بالاتصال أو المرسل بالنسبة للعمل الإبداعى، لا يقوم الفنان بهذا الدور بمعزل عن دوره، بوصفه مستقبلا لكل الأفكار والمعانى التى ترسم خصائص المجتمع وثقافته. وكذلك بوصفه مستقبلا أيضا للمؤشرات الخاصة بردود الفعل والاستجابات الخاصة بالعمل الفنى من جانب جمهور المتلقين.

وذلك بوصفه أيضا مرسلا ومستقبلا خلال العمليات الاتصالية التى تتم فى دائرة فريق العمل، وفى إطار المفهوم المؤسسى لإنتاج الأعمال الإبداعية فى المجالات الفنية المختلفة ومستقبلا أيضا لردود الفعل والرسائل التقويمية للأعمال الفنية التى تقوم بإعدادها ونشرها وسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى فى إطار الوظيفة النقدية.

وفى إطار المفهوم المؤسسى حيث يصبح العمل الإبداعى الفنى نتاجا لعمليات اتصالية أخرى بين فريق العمل الفنى، وحيث يصبح هذا العمل محصلة للعديد من الأفكار الإبداعية فى مجالات التخصص المختلفة. فى هذا الإطار تصبح المؤسسة هى المنتج النهائى للعمل الإبداعى الفنى الجماهيرى. وتظهر لذلك أهمية تحديد المفهوم المؤسسى السائد بقيام المؤسسات الفنية فى المجتمع وأهدافه. لتأثير هذا المفهوم على

سياسات الإنتاج، وحركة الاتصال بين فريق العمل، والعملية الاتصالية مع جمهور المتلقين.

وظائف الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري

نخطئ كثيرا إذا نظرنا إلى وظائف الاتصال في مجالات الإبداع الفني في إطار جزئي، يصف التناح الإبداعى الفن ووظائفه فى مرحلة زمنية معينة، أو فى علاقته بسياق اجتماعى خاص. لأن وظيفة الإبداع بصفة عامة تهدف إلى التغيير والتطوير إلى رؤى جديدة، وكان الفن بصفة خاصة فى عصور كثيرة ومراحل تاريخية متعددة أداة لهذا التغيير والتطوير.

وكذلك لا يمكن أن نقف بوظائف الاتصال فى هذه المجالات، عند حدود الإطار المادى أو التجارى ترجمة لقول فرانكلين روزفلت: حيثما يعرض الفيلم الأمريكى نبيع مزيدا من القبعات والجراموفونات والشلاجات الأمريكية. أو نقف عند حدود البدايات الأولى لفن من الفنون مثل السينما التى استهدفت التسلية والترفيه فى هذه البدايات. بالإضافة إلى أنه لا يمكن التعميم الحرفى لوظائف الاتصال التى ساقها الخبراء، والباحثون فى نظرياتهم الأولى عن وسائل الاتصال وأهدافها.

ولكن النظر إلى وظائف الاتصال فى مجال الإبداع الفن بصفة عامة والجماهيرى بصفة خاصة، يجب أن يكون فى إطار مفهوم الإبداع من جانب، والفن من جانب آخر فى علاقتهم بأطراف العملية الاتصالية بوصفهم أفرادا أولا، وأعضاء فى المجتمع بعد ذلك.

ولذلك فإن وظائف الاتصال فى مجالات الإبداع يمكن أن تكون مزيجا بتأثير المفهوم

الكلية لحركة الإبداع، والفن، واتجاهات الاتصال. متأثرة أيضا بكل القوى التي ترى في الإبداع الفنى أداة لتحقيق أهدافها فى المجتمع.

فالمبدع لا يقدم الجديد أو المبتكر من الأشياء مجردا من إحساسه بالمسئولية الاجتماعية، ولهذا فلا بد من دافع أو حاجة للاتصال بالآخرين، والتفتح على الخبرات الجديدة. وبفضل الحاجة إلى الاتصال الاجتماعى يمكن للمبدع أن ينظر لإبداعاته لا بصفتها مجموعة من الأفعال الجديدة المبتكرة فحسب.. ولكن يجب أن يوجهها نحو منظور اجتماعى شامل يساعده على تعبئة طاقاته نحو إبداع أعمال أو وسائل أو مكتشفات جديدة تساعد على التقدم بحياة الناس، وتخفيف الآلام^(٢٠).

والفن هو الأداة اللازمة لاستكمال اندماج الفرد فى المجموع. حيث يمثل قدرة الإنسان غير المحدودة على الالتقاء بالآخرين، وتبادل الراى معهم^(٢١).

ومن جانب آخر لا يمكن أن نغفل حاجة الفنان المبدع إلى الاتصال بالآخرين لتلبية حاجة من حاجاته أو دوافعه النفسية، مثل الحاجة إلى التقدير، ودعم المكانة الاجتماعية، والإحساس بالانتماء الاجتماعى. بجانب حاجة الفنان المبدع إلى آراء الآخرين، لتقويم النتائج الفنى الإبداعى، كما سبق أن أشرنا إلى ذلك من قبل.

ولا تقف وظائف التعرض للأعمال الفنية بالنسبة للمتلقى عند حدود المتعة أو التسلية. لأن الأعمال الفنية الإبداعية تقدم بجانب ذلك المعرفة والخبرة والتجربة التى تسهم فى تشكيل الإطار المعرفى للفرد. ويدعم ارتباطه بالمجموع أيضا من خلال اكتساب المعارف والخبرات والتجارب المشتركة مع الآخرين.

وبالنسبة للأعمال الإبداعية الفنية ذاتها فقد اتخذت أداة لتحقيق وظائف اتصالية مع الآخرين. فالموسيقى على سبيل المثال لم تستخدم - منذ البداية - فى تصوير الظواهر

الموجودة فى العالم الخارجى فقط. ولكنها كانت تهدف إلى إثارة المشاعر الجماهيرية، وتحول الكائنات البشرية من حالة إلى أخرى. أداة لإخماد الحواس أو إثارتها، تعويذة مهدئة أو حافز للنشاط (٣٢).

وكذلك بالنسبة للمسرح الذى يجب أن يهتم بحركة المجتمع، ونبض التاريخ، ومأساة شعبه، ويصور بصدق أرضه وروحه بالضحكات والدموع، وبغير ذلك لا يسمى مسرحا، بل مكانا للهو، ولذلك النوع المروع من النشاط الذى يسمونه قتل الوقت. (٣٣)

وبذلك نرى أن هناك العديد من الرؤى الخاصة بالباحثين والمبدعين، لوظائف الاتصال بالآخرين فى المجتمع، فى مجالات الإبداع الفنى، والتي يمكن تلخيصها وعرضها فى التالى:

١ - تطوير المعرفة والخبرة والتجربة المكتسبة للأفراد المطلقين. فالأعمال الفنية الإبداعية تعكس العديد من المواقف فى الإطار الاجتماعى داخليا وخارجيا. مما لا يتعرض له الفرد بذاته فى حياته اليومية. ولا يمكنه التعرض لمثل هذه المواقف دون اتصاله بأفكار وآراء الفنانين المبدعين التى تجسدها هذه الأعمال، وتعرض من خلالها عديدا من المعارف والخبرات والتجارب الخاصة بمختلف الشخصيات فى المواقف والأزمات المختلفة. وهذه تفيد فى دعم الإطار المعرفى للفرد الذى يساعده بالتالى فى تكوين آرائه واتجاهاته نحو المواقف أو الموضوعات أو القضايا التى يتعرض لها فى حياته اليومية.

٢ - دعم السلوك الاجتماعى، الذى يتأثر بالقيم والتقاليد والعادات والأعراف الاجتماعية السائدة. وتحديد ما هو مقبول أو غير مقبول اجتماعيا. باعتباره دليلا أيضا للسلوك الفردى. وذلك من خلال التأكيد على القيم الاجتماعية السائدة فى المواقف

المختلفة.

٣ - دعم القيم المعنوية والروحية التي تعتبر أساسا لدعم العلاقات الإنسانية فى إطارها المعنوى من خلال تأكيد المعانى والرموز التى تنادى بأفكار الحب، والخير والسلام، والأخوة، والتعاطف، والمودة، والألفة.... وغيرها من الأفكار والمعانى التى تتجسد فى العديد من الأعمال الإبداعية الفنية فى اتجاهها نحو الآخرين فى المجتمع.

٤ - دعم القيم الجمالية لدى الفرد والمجتمع، والارتقاء بالذوق العام الذى يكسب الفرد القدرة على التمييز بين الجمال والقبح، الخير والشر، القوة والضعف.. وغيرها من القيم التى تقوم بدورها - بجانب القيم المعنوية - فى تشكيل وجدان الفرد والمجتمع وعاطفته وشعوره، والتى تعتبر أساسا أيضا فى تشكيل الاتجاه نحو المواقف والموضوعات والقضايا المختلفة.

٥ - وبجانب ذلك فإن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى يقوم بدور مهم فى تحقيق التماسك الاجتماعى. فبجانب دعم القيم المعنوية والروحية والجمالية التى تسهم بدورها فى تحقيق التآلف والتوافق الاجتماعى. فإن الاتصال فى هذه المجالات يسهم فى تحقيق التماسك الاجتماعى من خلال:

- توحيد الوجدان الشعبى حول رموز إبداعية وفنية معينة، كالقطع الموسيقية والألحان الشعبية. التى تثير فى الأفراد الإحساس بالعزة والكبرياء القومى.

- دعم المشاركة الشعبية فى الحكم من خلال التعرض إلى مناقشة قضايا الشعب وأفكاره، والتعبير عن آماله وتطلعاته، فى الأعمال الفنية الإبداعية.

فالموسيقى - كما سبق أن ذكرنا - كانت فى الحضارات القديمة وسيلة رئيسية للعبادة، والربط بين الآلهة والبشر، ونشر التعاليم والقوانين والفضيلة والترية، فضلا

عن استخدامها فى الحروب كوسيلة لتوحيد المشاعر والأحاسيس، ودفع لحركة البشرية وتنظيمها.

ولم تزد المسرحية عند اليونان إلا فى إطار ظروف اجتماعية مناسبة، حققت بها السبق فى هذا الفن على العالم كله. بعد أن انتصرت على الفرس فى معركة ماراثون «٤٩٠ ق.م». واتيح لشعب اليونان المشاركة فى مناقشة أمور الدولة، وتوطيد أسس الديمقراطية، التى لايزدهر الإبداع الفنى إلا فى رعايتها. وبجانب ذلك كانت الاحتفالات الدينية وتكريم الالهة مجالا لتقديم المسرحيات وعرضها على جموع الحاضرين. وقد أدى ذلك إلى تشجيع الدولة للعمل المسرحى، الذى يدور بأفكاره حول الفكرة القومية والشعور بالعزة والكبرياء (٢٤).

٦ - وتعتبر الإسهامات الإبداعية الفنية أحد العناصر المميزة للإطار الثقافى للمجتمع الذى ينتمى إليه الفرد، ويتأثر به فى بناء شخصيته.

وتعتبر الفنون بأنواعها والقوالب التى صاغتها الأجيال المختلفة للتعبير، تراثا مهما فى حياتها، تعززه وتجتمع حوله فئات المجتمع فكريا ووجدانيا.

وتسعى إلى نقله من جيل إلى آخر. بوصفه أحد السمات المهمة فى تشكيل هوية الثقافات والحضارات والأجيال المتعاقبة.

واستعادة هذا التراث فى الأعمال الفنية الإبداعية، يقوم بدور كبير فى المحافظة على هذا التراث واستمراره. بالإضافة إلى أن هذه الأعمال تعتبر من أهم وسائل نقل وتبادل العناصر الثقافية بين المجتمعات من خلال الاتصال الثقافى بينها.

ويضاف إلى الوظائف السابقة - وهى ليست على سبيل الحصر - وظيفة التسلية والإمتاع والهروب إلى عالم الخيال. الذى يستطيع الفرد خلاله أن يستمتع بتحرره من

قيود العالم الخارجى، وضغوط الواقع اليومى. لتشارك مجالات الإبداع بوظائفها
وظائف الاتصال فى المجتمعات والمراحل المختلفة، التى ساقها الخبراء والباحثون فى
مجالات الاتصال المختلفة.

مواضع الفصل الثانى

١- راجع بالتفصيل

- زكريا ابراهيم: مشكلات فلسفية: مشكلة الفن، القاهرة

مكتبة مصر ١٩٧٧ ص. ص ٧-٢٦

- The New Ency Clopedia Britanica., 15 th edition, lon
don: Encyclopedia Britanica Inc. Vol 1,p.p. 590-600.

٢- زكريا ابراهيم: المراجع السابق ص ١٢

٣- شاكر عبد الحميد: العملية الابداعية فى فن التصوير، سلسلة عالم المعرفة.
العدد ١٠٩ يناير ١٩٨٧، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة

والفنون والادب ص. ص ١٥-١٦

٤- نهاد صليحة: المسرح بين الفن والفكر، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦
ص ١١

٥- زكريا ابراهيم: مرجع سابق ص. ص ٢٥-٢٦

6- Jona than I, freedman (et al)., Social psychology.,
New Jersy: Pritice- Hall Inc 1981 p.p 5-15

٧- يوسف ميخائيل سعد: سيكولوجية الابداع فى الفن والأدب - سلسلة دراسات
أدبية، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦ ص. ص ٥-

٨- الابداع فى تعريف الموسوعة العربية الميسرة: هو القدرة على ابتكار حلول جديدة لمشكلة ما، وأساليب جديدة للتعبير الفنى

ويعرف المعجم الوسيط، الابداع بأنه ايجاد الشيء من عدم، فهو أخص من الخلق.

راجع بالتفصيل أيضا:

- الكسندرو روشكا: الابداع العام والخاص، ترجمة غسان عبد الحى أبو فخر، سلسلة عالم المعرفة العدد ١٤٤ ديسمبر ١٩٨٩ الكويت:

المجلس الوطنى للثقافة والفنون والادب ص. ص ١٨ - ٢٢

- عزت قرنى: الابداع الفلسفى وشروطه: نظرة إلى المحاولات واستشراق المستقبل، مجلة فصول: المجلد السادس العدد ٤ يوليو ١٩٨٦،

القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ص. ص ١١ - ١٢

- مصرى عبد الحميد حنورة: الأسس النفسسية للابداع الفنى فى الشعر المسرحى، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦، ص. ص

١٠ - ١٢

٩- مصرى عبد الحميد حنورة: المرجع السابق ص ١٨

١٠- عزت قرنى: المرجع السابق ص ١٣

١١- الموسوعة العربية الميسرة- ط ١. القاهرة: دار العلم ومؤسسة فرانكلين ١٩٦٥

١٢- راجع بالتفصيل:

- Jonathan L. Freednan., qs. cit p.351

- Kathleen K,Reardan., Persuasion: Theory and context., London: Sage Publication- Beverly- Hills 1981 p. 40'

١٣- مصطفى سويف: دراسات نفسية فى الفن، القاهرة: مطبوعات القاهرة ١٩٨٣

ص ٣٢

١٤- مصطفى يحيى: التذوق الفنى فى السينما القاهرة: غير معلوم الناشر ١٩٩١

ص ٢٥

15- E.C.Eyre. Effective Communication., London: Heinmann 1979. p.p 15-16

١٦- راجع بالتفصيل:

- الموسوعة العربية الميسرة- مرجع سابق

- مصرى عبد الحميد حنورة: مرجع سابق ص. ص ١١- ١٢

١٧- راجع بالتفصيل:

- Gorge Gerbner. Toward a General Model of Communication., Audio Visual Communication Review Vol-4
1956- 3p //

- Nan Lin., The Study of Human Communication., New York: Budds- Merril Company Inc 1973 p.4

١٨- راجع بالتفصيل:

- Jonathan L Freedman., (et al)., op. cit. p. p. 253-363

- Robert A, Wickuland and Frey Dieter., Cognitive Consistency: Motivational. vs- Non Motivational., In Joseph Forgass (ed) Social Cognition Perspective on Every Understanding., London: Academic press 1981 p.p 153-165'

19- John C Merrill and Ralph L lowenstein., Media, Message and Men. New Perspectine in Communication
2nd edition., New york: Long man 1979 p.108

٢٠- عبد الستار ابراهيم: الانسان وعلم النفس سلسلة عالم المعرفة، العدد ٨٦
فبراير ١٩٨٥، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة
والفنون والادب ص ٣٠٤

٢١- ارنست فيشر: ضرورة الفن، ترجمة أسعد حليم، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب
١٩٨٦ ص٩.

٢٢- المرجع السابق: ص ٢٤٣

٢٣- فيدريكو جارشيا لوركا: حديث عن المسرح، فى: الرؤيا الابداعية: هاسكل بلوك،
هيرمان سالنجر (محرران) ترجمة أسعد حليم القاهرة:
نهضة مصر ١٩٦٦ ص ١٧٩

٢٤- محمد صقر خفاجة: دراسات فى المسرحية اليونانية. سلسلة الالف كتاب:
الانجلو المصرية- بدون ص. ص ٦- ١٢.

الفصل الثالث

خصائص الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

يشير استقلال الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، بنموذج خاص يوضح عناصر الاتصال، ويفسر حركة هذه العناصر وعلاقاتها، يشير هذا الاستقلال الحاجة إلى الكشف عن الضرورات التي تدعو إلى هذا الاستقلال. والتي تتمثل في خصائص وسمات خاصة بهذا النمط من أنماط الاتصال في الحياة اليومية للفرد والمجتمع. فالإبداع الفني الجماهيري ليس نشاطاً فردياً، مثل التصوير بأشكاله المتعددة - على سبيل المثال - الذي يتسم بحدود العناصر وحجمها واتجاه حركتها وعلاقاتها ببعضها. ولكنه نشاط جمعي يشارك فيه عدد كبير من أصحاب الاختصاص في مجال من مجالات الإبداع الفني. وعملية التذوق في جانب المتلقين هي عملية يشارك فيها أعداد غفيرة من الأفراد الذين يميزون جمهور المتلقين بسمات خاصة تختلف عن خصائص وسمات متذوقي التصوير باهتماماتهم واتجاهاتهم المشتركة الخاصة بتذوق الإبداع الفني في مجال التصوير.

وفي كل من اتجاهي الإبداع والتذوق تتم العديد من العمليات الفرعية، التي تسهم في تشكيل حركة عملية الإبداع الفني الجماهيري، واتجاهات الاتصال خلالها. ومن جانب آخر فإن الإبداع الفني الجماهيري ليس مجرد مهنة، ينتظم إطار العلاقات، واتجاهات الاتصال فيها، بما استقر في نظم هذه المهنة من تقاليد وأعراف تحدد حركة الاتصال فيها وأهدافها. ولكن الإبداع الفني الجماهيري عملية تتسم بالتغير والتدفق متأثرة بقوة عديدة، اجتماعية ونفسية، تؤثر فيها وتتأثر بها. ولذلك يتسم الاتصال في مجال الإبداع الفني الجماهيري بعدد من الخصائص التي تميزه عن غيره في مجالات أخرى عديدة من مجالات النشاط الإنساني. والتي تتمثل فيما يلي: -

الاتصال عملية مركبة ومعقدة

إن الاتصال فى هذا المجال بجانب كونه عملية تتسم بالحركة والتدفق والتغير، فإنه يتسم بأنه عملية مركبة، ومعقدة. وذلك للضرورات التى تفرض تداخلاً بين أنماط الاتصال من جانب. مثل حركة الاتصال الذاتى عند الفنان المبدع فى معابشته للفكرة الإبداعية فى مرحلة الإخصاب. وحركة الاتصال الشخصى لتطوير الفكرة ونموها بتأثير المعارف والخبرات المكتسبة من البيئة والآخرين فيها بالوسائل المختلفة. وكذلك حركة الاتصال بأنماطه المختلفة أيضاً خلال إعداد العمل الإبداعى للعرض فى شكل من الأشكال الفنية. وذلك كله فى إطار العملية الاتصالية الكلية التى تستهدف جمهور المتلقين فى النهاية.

ومن جانب آخر تتم عمليات اتصالية متعددة يقوم به المتلقى أثناء القرار بالتردد على العمل الفنى، وأثناء التعرض إلى هذا العمل ليصل إلى اكتساب المهارات الخاصة بتقويم العمل وتدقيقه فى سبيل استكمال العملية الاتصالية مع القائم بالاتصال فى العملية الكلية أيضاً.

وهذه العمليات الاتصالية التى يقوم بها المتلقى فى أشكال ومستويات متعددة هى التى تنمى لديه القدرة على التدقيق والاستمتاع والاستغراق فى العمل الفنى، بوصفه هدفاً من أهداف الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى.

ويتجسد التركيب والتعقيد من جانب آخر فى اتجاهات التأثير المختلفة على عملية الإبداع الفنى فى هذا المجال، ومراحل إعداد العمل، وعلى عناصر عملية الاتصال - كما أوضحه النموذج السابق - دون ارتباط بزمان أو مرحلة معينة من مراحل الإبداع، وإخراج العمل الفنى فى النهاية.

وكذلك التركيب والتعقيد المرتبط بتعدد الرموز الاتصالية فى بناء الرسالة الاتصالية، بما يتفق مع طبيعة الوسيلة وتقنياتها - كما سيأتى تفصيلا بعد - لتجسيد المعانى الاتصالية المطلوب إيصالها إلى جمهور المتلقين. وهو ما يختلف تماماً عن الاستخدام المحدود للرموز الاتصالية فى عمليات اتصالية أخرى مثل التعليم والإدارة والعلاقات العامة.... إلى آخره على سبيل المثال.

وبالإضافة إلى ذلك فإن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى، لا يمكن النظر إليه بمعزل عن القوى المتعددة التى تؤثر فى السلوك الإنسانى بصفة عامة. والتى تتفاعل مع بعضها فى إطار متكامل لاستكمال العملية الاتصالية، مثل الإدراك، والتعلم، والدوافع والاتجاهات، والقيم الاجتماعية، والمعتقدات والتقاليد التى تشكل إطار المعانى والدلالات، والأدوار والمراكز، والمواقف الاجتماعية.... إلى آخره. وهى القوى التى تتباين فى وجودها أو غيابها وشدتها فى عمليات الاتصال فى مجالات أخرى عديدة.

ذلك أن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى يتأثر بحركة هذه القوى وتفاعلها، سواء لدى الفنان المبدع. أو المؤسسات القائمة على إنتاج الأعمال الفنية، أو حركة الاتجاهات النقدية، أو اتجاهات التذوق الفنى لدى المتلقين فى النهاية. وتعتبر تأثيرات هذه القوى وتنتاجها مظهراً آخر من مظاهر التركيب والتعقيد فى العملية الاتصالية فى هذا المجال. بجانب كونها من الضرورات الخاصة باستكمال العملية الاتصالية وتحقيق أهدافها.

تعدد

الرموز الاتصالية

كما سبق أن قدمنا يعتبر تعدد الرموز الاتصالية من مظاهر التعقيد والتركيب فى العملية الاتصالية للأعمال الفنية الجماهيرية. فالحوار المنطوق الذى يقوم على بناء

خاص للرموز اللغوية باعتبارها من الرموز الاتصالية السائدة، لاينفرد وحده ببناء إطار المعلومات والمعرفة فى الأعمال الفنية الجماهيرية. ولكنه فى معظم الأحوال - إن لم يكن كلها - أحد الرموز الاتصالية التى تؤثر فى نظام المعلومات فى هذا المجال.

فالبدأ فى استخدام اللغة فى هذه الأعمال ليس لقدرتها على تجريد الأشياء ووصفها فى إطار الخبرة المختزنة، ولكنها يجب أن تكون أولاً لغة منطوقة ترتبط بالظواهر الصوتية كالتنغيم intonation على سبيل المثال، ولها أثر كبير فى تغيير معانى الكلمات ومجموعة الكلمات من جمل وخلافها.

ولذلك فإن الرموز الصوتية - والتى يمحشها علم الأصوات phonetics - تعتبر ضرورة لتأكيد المعانى التى تحملها الرموز اللغوية المجرد، والتى لاتستطيع اللغة المكتوبة التعبير عنها.

ويجانب ذلك فإن هناك رموزاً أخرى يستخدمها الممثل - وترتبط بها مهارته فى الأداء - لتأكيد المعانى وإيصالها إلى المشاهد، وهى ماتدخل فى إطار الرموز غير اللفظية non verbal. وتستخدم بجانب الحوار المنطوق مثل لغة الاحساس body language مثل الإيماء والإشارة وتعبيرات ملامح الوجه، أو لغة الإشارة semiotics ودائماً ماترافق الحوار المنطوق. بجانب الميزات أو الظواهر الصوتية مثل التنغيم أو الوقف والنبر.

إن هذه الرموز التى ترافق الحوار المنطوق تسهم فى تأكيد دلالة المعانى ووصولها بالشكل الذى يستهدفه الفنان فى تعبيره عن الموقف أو الحالة التى يعيشتها فى الواقع الدرامى. وإذا كانت هذه الظواهر الصوتية، وغير اللغوية تصاحب الحوار المنطوق فى المسرح والسينما، بوصفها رموزاً اتصالية فهناك العديد من الرموز الأخرى التى تجسد معانى اتصالية معينة من خلال استخدامها فى الواقع الفنى مثل توظيف

الديكور، أو الملابس، والاكسسوار في تحديد الزمان والمكان ورسم أبعاد الشخصيات على سبيل المثال. وبجانب ذلك تستخدم الرموز الموسيقية للإيحاء بمعانى معينة حيث تحمل المستمع إلى عالم آخر لارتباطها بالأحاسيس^(١). ولها دور فى تطوير الأحداث الرئيسية فى العمل الفنى. فنجد بجانب الجمل اللغوية الجمل الموسيقية التى تعبر عن المعانى وتهىء المشاهد. بل إنها قد تنفرد فى بعض المشاهد لتؤدى معنى الحوار اللفظى متزامنة مع الحدث فى نقل دلالات المشهد إلى المشاهد^(٢).

ومن الحقائق التاريخية أن دخول اللقطة المقربة close-up فى الفيلم السينمائى ساهمت فى رفع درجة المشاركة بين الفرد المتلقى وشخصيات الفيلم، عندما ساهمت عن قرب فى تجسيد الرموز غير اللفظية التى يستخدمها الممثل فى توصيل المعانى مثل تعبيرات الوجه المختلفة.

وبذلك لا تغفل الرموز المضافة التى تقدمها الكاميرا فى الكشف والوصف والتعبير حتى أطلق عليها اصطلاح «الكاميرا القلم» لقدرتها على نقل المعانى والدلالات إلى المشاهد خصوصاً بعد التطوير المستمر فى تقنياتها وأساليب استخدامها.

ولاتقل رموز الإضاءة فى التعبير وتجسيد المعنى عن غيرها من الوسائل ذات الرموز الخاصة، والتى تتكاتف جميعها فى سبيل توصيل الفكرة أو المعنى إلى المشاهد. ولسنا بصدد الحديث عن تقنيات العمل الفنى الجماهيرى. ولكنه عرض على سبيل المثال لا الحصر إلى الأدوات والوسائل التى تستخدم رموزاً متعددة لنقل المعانى الاتصالية من الفنان المبدع إلى جمهور المتلقين.

وتعدد الرموز الاتصالية الذى يرتبط بخصائص الوسيلة يساعد على مشاركة المتلقى أكثر مع العمل الفنى ويحقق مزيداً من التفاعل مع هذا العمل لتفسير هذه الرموز فى إطار الخبرة والتجربة الخاصة بالمتلقى. وفى نفس الوقت يدرب المتلقى على

ترويض الحواس للتعامل مع هذه المهارات فيكتسب القدرة على تذوق المعانى التى تنقلها هذه الرموز. ويؤدى هذا التدريب إلى زيادة خبرة المتلقى وتجربته فى تعرضه لهذه الأعمال الفنية، وإدراكه لرموزها الاتصالية.

سيادة الاتجاه الفنى

فى صياغة الرسالة الاتصالية

تختلف صياغة الرسالة الاتصالية فى مجالات الإبداع الفنى عنها فى مجالات أخرى عديدة للاتصال الإنسانى، فهى لا تهدف بالضرورة إلى تحقيق الأثر المباشر المرتبط بالوظائف التقليدية للاتصال. ولكن هذا الأثر يحدث لدى الفرد والمجتمع من تراكم الأفكار التى يرسمها الإبداع الفنى من وجهة نظر القائم بالاتصال بوصفه فناناً، وليس بوصفه باحثاً أو خبيراً أو عالماً يقدم الحقائق ويفسرها فى إطار الوظائف الاتصالية. فالفنان وإن كان يستند من جهة إلى العالم الواقعى وإلى الطبيعة، غير أنه من جهة أخرى يقوم بتشكيل المعطيات الأولى التى يقدمها له الواقع وفقاً لرؤيته الشخصية، فيطبعها بأسلوبه، ويعود هذا الأسلوب بدوره بتشكيل الواقع. أى يجعل متذوق الفن يرى الواقع من خلال أسلوب الفنان. فالفنان يقوم بعملية تجريد، ولكن الصفات المجردة والجوانب المعزولة فى رؤيته ليست لها وظيفة نفعية فقط، ولكنها تتناول القيم الجمالية. فالدافع هنا ليس دافعاً معنوياً أو بيولوجياً، ولا معرفياً بحثاً، ولكنه الدافع إلى الخلق فى مجال خاص هو المجال الجمالى، الذى يختلف جوهرياً عن المجال النفسى، كما يختلف عن المجال الفكرى الاستدلالي^(٢).

فالرسالة الاتصالية فى مجالات الإبداع الفنى، ليست خبراً يصور الوقائع والأحداث بدقة وموضوعية، وليست تحليلاً لها يعتمد على الوثائق والحقائق. ولكنها رؤية

ذاتية للفنان لهذا الواقع والأحداث، تتفاعل في عرضها القيم الوظيفية، والقيم الجمالية التي تتطلب توظيفاً للأدوات والمهارات المتاحة للفنان لنقل هذه الرؤية إلى الفرد المتلقى للعمل الفني باعتباره رسالة اتصالية في مجال الإبداع الفني. ولعل هذا الاتجاه هو الذي أثار جدلاً حول علاقة العمل الفني الجماهيري بالواقع ودرجة تمثيله أو تصويره لهذا الواقع.

وذلك مثل الجدال الذي قام بين أصحاب المدارس المختلفة في المسرح حول فكرة المحاكاة imitation ودرجة تصويرها للواقع، والاتجاه نحو فكرة المماثلة identity وظهر تفسير المحاكاة على أنها التشابه والاختلاف، فالتشابه يكون في سلوك الإنسان الانفعالي والنفسي والروحي أو واقع النفس البشرية، أما المخالفة فإنها تكون في الصورة التي تكشف بها عن هذه الأمور، إنها في الخارج طريقة التعبير التي تستلحق بها الشخصيات للكشف عن أعماقها وأغوارها^(٤). وأن أساس العمل المسرحي هو الجدال أي تقديم عالم مصنوع على الجدال لا المحاكاة، فلا يصل العمل المسرحي إلى المتفرج باعتباره محاكاة تسجيلية لعالم الواقع، ويتطلب من المتفرج أن يعيش عن طيب خاطر، ولفترة العرض الوهي المسرحي باعتباره واقعاً^(٥).

وفي السينما ناقش عدد من النظريات علاقة الصورة السينمائية بالواقع، وأدى تقصيصهم الأمر إلى التساؤل عما إذا كان الفيلم يستطيع أن يمثل الواقع بأمانة وصدق، وإذا استنسخ الفيلم ما في الواقع، هل يمكن أن يكون فناً، وهل من المفضل فنياً أن نبعد فيلماً يمثل الواقع^(٦).

إن أي فيلم يستطيع أن يمثل الواقع بأمانة، ولكنه لا يفعل ذلك بواسطة خصائصه المرئية والصوتية فقط، ذلك أن قوى الفيلم المؤثرة تفعل فعلها هي الأخرى. ولو اخترت العناصر المرئية والصوت وحدها، فإن الأفلام التي تمثل الواقع لا يمكن أن تصبح فناً،

ولكن إذا جندت القدرات المؤثرة فى الفيلم فإنه يمكن للفن وتصوير الواقع أن يتواجدا معاً^(٧).

وطبيعة الفن هى التى تضفى الطابع الخاص على الرسالة الاتصالية الممثلة فى العمل الفنى، وبذلك تظهر الرسالة متأثرة فى عرض الفكرة ووسائل التعبير بهذا الطابع. الذى لايفرض على الفنان أن يكون ناقلاً لخبر أو متحدثاً فى محاضرة على سبيل المثال. ولكنه يصبغ رسالته فى العمل الفنى من خلال مزيج من القيم الوظيفية والجمالية التى تستهدف التأثير فى المشاهد عقلياً ووجدانياً معاً.

وإذا ما أضفنا تأثير طبيعة الفن فى صياغة الأعمال الفنية، وتعدد الرموز الاتصالية فى محتوى هذه الأعمال. نجد أن الرسالة الاتصالية فى النهاية شئ مختلف تماماً عن الرسالة المكتوبة أو الشفوية. وتتطلب الرسالة الاتصالية فى الإبداع الفنى تفاعلاً للمدركات الحسية والعقلية والوجدانية لدى المشاهد أثناء عملية المشاهدة.

الرسالة الاتصالية

إبداع فنى جماعى

يتطلب تحويل الفكرة الإبداعية إلى عمل فنى جماهيرى تضافر عدد كبير من الجهود التى تتجه إلى صياغة هذه الفكرة المكتوبة - مؤلف أو نص مكتوب - بوصفها رسالة اتصالية لتتعامل مع المدركات الحسية والعقلية لجمهور المتلقين.

وبذلك تنتقل الفكرة من إبداع فردى، إلى جمهور المتلقين من خلال الإبداع الجماعى، الذى يستفيد بالطاقات والإمكانيات والمهارات الإبداعية لكل فرد فى فريق العمل، والذى لايمكن لفرد واحد أن يجمعها معاً.

والكثير من مجالات النشاط الإبداعى حتى وإن بدأت فكرة لفرد، فإنها لا تتحول إلى عمل اتصالى جماهيرى، مالم تسهم فيها الجماعة بشكل أو آخر لإخراجها إلى حيز

الوجود. وبذلك فإنه لامجال لأراء جوستاف لوبون فى الحديث عن إحباط الجماعة للقدرات الفردية المتميزة عندما يقول «إن المكتسبات الفردية تضمحل فى إطار الجمع وتزول معها الشخصية الخاصة لكل واحد»^(٨).

ذلك أن الأدوار فى صياغة الرسالة الاتصالية فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى، ليست أدواراً هامشية، ولكنها أدوار تكميلية. لا يمكن إنتاج العمل الفنى الجماهيرى بدون أى منها. وحتى لو تمكن فرد واحد من عدد من القدرات الإبداعية المتميزة، فإنه لن يكون متمكناً من كل القدرات الإبداعية الضرورية لإنتاج هذا العمل. فالنص الموسيقى يحتاج لعرضه جماهيرياً، موزعاً للنص، وقائداً للأوركسترا وعدداً كبيراً من العازفين - مؤدين - كل فى مجال تخصصه. وكذلك المسرحية التى تحتاج بجانب مؤلفها إلى المخرج والمؤدين بجانب عدد كبير من أصحاب الاختصاص فى الديكور والإضاءة والملابس والموسيقى.. إلى آخره. وقد نكون سمعنا عن المخرج السيناريست والمصور فى عدد من الأفلام السينمائية، إلا أن عدداً آخر فى فريق العمل تظل الحاجة إلى إبداعه ضرورة لإنتاج العمل. وهو عدد كبير جداً إذا ما قورن بأى من الأعمال الفنية الجماهيرية فى مجالات أخرى.

وبهذا فإن العمل الفنى الجماهيرى - بوصفه رسالة اتصالية إلى جمهور المتلقين - هو ناتج جمعى، قام على مشاركة عدد من المبدعين كل فى مجال تخصصه. ويصبح الناتج فى هذه الحالة هو محصلة تواصل بين هذا المجموع، يرتبط بالهدف النهائى لإنتاج العمل الإبداعى الفنى.

وعلى الرغم من أنه لا توجد بحوث ودراسات فى هذا المجال، حيث اكتفت الدراسات السابقة بالإنتاج الجمعى على الإنجازات الرياضية والهندسية، أو الإبداع الأدبى الذى يتميز بفرديته. إلا أننا يمكن أن نضع عدداً من الفروض النظرية التى تصلح مجالاً

للدراسة والتجريب في مجال إنتاج الجمعى للأعمال الفنية الجماهيرية. والتي يمكن أن تنطلق إلى دراسات أخرى خاصة بهذا المجال مثل :-

- يرتبط نجاح الاتصال بين هذا الفريق - فى إطار الهدف العام - بوحدة الإطار المعرفى العام الذى يؤثر فى اتجاهاتهم نحو السباق الاجتماعى والثقافى للعمل المستهدف.

- يرتبط نجاح الاتصال بينهم بالاتجاه الإيجابى المتبادل نحو بعضهم البعض من جانب، واتجاههم الإيجابى أيضاً نحو العمل المستهدف.

ويعتمد هذا الفرض على التعميمات الخاصة بدراسة التوازن والاتساق فى نماذج «هيدر» Heider ونيو كومب Newcomb فى الاتساق المعرفى وهو ما سيتأتى التعرض له تفصيلاً فى الفصول القادمة.

- يتأثر التباين أو الاتفاق بين الأفراد فى فريق العمل بمستوى التباين أو الاتفاق فى الدوافع الفردية. وبصفة خاصة دافعية الإنجاز، ورؤية كل فرد لأهمية الدوافع فى علاقتها ببعضها من جانب، وعلاقتها بالعمل الفنى الجماهيرى وأهدافه من جانب آخر.

- يتطلب دعم الاتصال بين هذا الفريق، التحديد فى حجم هذا الفريق، وبالتالي كلما زاد عن الحد المطلوب لإنتاج العمل كلما تأثرت محصلة اتجاهات الاتصال بين فريق العمل.

ولا يخفى فى هذا المجال أهمية قيادة فريق العمل، فى تحقيق أهداف الاتصال، وتجاوز الصعوبات التى تظهر بين هذا الفريق فى سبيل تحقيق هذه الأهداف. بالإضافة إلى أهمية هذه القيادة فى استشارة القدرات الإبداعية لدى كل فرد فى هذا الفريق. ذلك أنه فى إطار الإبداع الجمعى تواجه عملية الإبداع الفردى صعوبات كثيرة، تتبلور بصفة خاصة فى المناخ العام للعلاقات بين فريق العمل، الذى يميز المناخ فى الوحدات

الإنتاجية وبذلك فإن دور قائد فريق العمل فى هذه الحالة هو تهيئة المناخ العام لتبنى الفكرة الجديدة ورعايتها.

فعادة ما يخشى على الأفكار الجديدة من عدم وصولها إلى مجال التحقيق بسبب أربعة عوامل هي^(٩):

- القصور أو عدم القدرة على إظهار الفكرة.

- الخوف من النقد، خشية أن تكون الفكرة قد أخذت طريقها من قبل الآخرين، وبالتالي تعتبر مسروقة.

- الإحساس بعدم صلاحية أو مشروعية الفكرة من أجل استخدامها العلمى .

- عدم القدرة على استغلال اللحظة المناسبة لظهور مثل هذه الفكرة.

ويعتبر المناخ الديمقراطي بين فريق العمل، والذي يمكن أن ينشده قائد الفريق - المخرج على سبيل المثال في المسرح والسينما - يعتبر هذا المناخ ضروريا لتجاوز هذه الصعوبات التى تحول دون ظهور الأفكار الإبداعية لدى الأفراد فى فريق العمل وانطلاقها.

وفى هذه الحالة لا يمكن أن تغفل أهمية نمط القيادة leadership داخل الجماعة ودورها فى تهيئة المناخ الاجتماعى والنفسى الذى ينعكس على السلوك الاتصالى بين أعضائها، خاصة إذا ما اصطدم هذا المناخ بتأثير «الأنا» Ego فى حركة العملية الاتصالية داخل الجماعة، وذلك لارتباط الاتصال فى هذا المجال بمفهوم الإبداع من جانب، والفنى من جانب آخر. وما يعكسه كل من المفهومين على مفهوم الذات Self- concept لدى الفنان المبدع. وما يتطلبه ذلك من التوافق بين مفهوم الذات والدور الذى يقوم به. وينعكس هذا التأثير على العلاقات بين الفنان المبدع والمؤسسة، وكذلك بين فريق العمل بوصفهم من المبدعين، كل فى مجال تخصصه.

أهمية مشاركة المتلقى فى العمل الفنى الجماهيرى

تركز البحوث والدراسات الخاصة بجمهور وسائل الاتصال الجماهيرى بصفة عامة على الدور الإيجابى والنشط فى العملية الاتصالية. وذلك بما يعكسه السلوك الاتصالى لهذا الجمهور عند عملية التعرض إلى الأفكار أو الآراء أو الموضوعات فى هذه الوسائل. أو من خلال تأثيره فى صياغة توقعات القائم بالاتصال عن سلوك هذا الجمهور، وعلاقة هذا السلوك بقبول الأفكار أو رفضها.

وإذا كان هذا يعتبر مبدأ عاماً فى تقدير قيمة جمهور المتلقين فى العملية الاتصالية بصفة عامة. فإن هذا التقدير ترتفع أهميته فى الأعمال الفنية الجماهيرية، لارتفاع مستوى الإيجابية والمشاركة فى الاتصال من خلال هذه الأعمال مقارنة بالاتصال من خلال الأعمال الاتصالية الأخرى مثل الأفكار أو الموضوعات المطبوعة أو البرامج الإذاعية فى الراديو والتلفزيون.

ذلك أنه إذا ما استثنينا التعرض إلى هذه الأعمال من خلال الراديو والتلفزيون أو أجهزة التسجيل المسموعة والرئية المسموعة، فإنه فى معظم الأحوال نجد أن جمهور المتلقين هو الذى يذهب بإرادته إلى قاعات العرض المختلفة للمشاركة فى العملية الاتصالية سواء بالنسبة للعرض الموسيقى أو المسرحى أو الفيلم السينمائى. راضياً بظروف الاستماع أو المشاهدة التى تفرضها قيود وضوابط العرض ، دون أن يتوأم له القدرة على السيطرة على ظروف الاستماع أو المشاهدة مثل ظروف التعرض إلى وسائل الاتصال الجماهيرى الأخرى.

هذا من جانب، ومن جانب آخر فإن الأفكار التنفيذية للأعمال الفنية الجماهيرية تقوم أساساً على المشاركة الكاملة فى استكمال هذا العمل خلال فترة الاستماع والمشاهدة،

والاستدلال عما يهدف إليه من معان أو أفكار.

وعلى سبيل المثال فإن العمل الموسيقي وإن لم يكن واضحاً بشكل كامل مثل الأعمال الفنية البصرية الأخرى، إلا أننا لا يمكن أن نغفل محتوى العمل الموسيقي الذى استهدف الفنان التعبير عنه من خلال الجمل اللحنية وتركيبها فى تنويعات عديدة، تنقل تعبيراتها إلى المستمع الذى تقع عليه فى هذه الحالة مطابقة العمل على المحتوى. لتستكمل الرسالة مقوماتها لتصل إلى المستمع الواعى والمدرّب على استقبال هذه الألحان وتفسيرها من خلال الانفعالات والأحاسيس الوجدانية التى يشعر بها أثناء عملية الاستماع.

وكذلك بالنسبة للمسرح الذى لا يتطلب من المشاهد مجرد المشاهدة، ولكن يجب أن يدفعه إلى عمل شيء أكثر من هذا، وهو صياغة التفاعل بين الوعى الخاص به وفكر المسرح لإصدار حكمه فى النهاية.

وكذلك السينما التى تتفاعل بأكثر من لغة - كما سبق أن ذكرنا - لعرض الفكرة على المشاهد. ويعى الفنان ذلك تاركاً للمشاهد صياغة التفاعل بين هذه اللغات للكشف عن الفكرة وبواعثها.

وهذه الأعمال تلتقى جميعها فى أنها تأخذ فى اعتبارها دور المتلقى فى صياغة التفاعل بين الرموز الخاصة بكل عمل، وماتشير إليه من معان أو دلالات، يستكملها بنفسها ويفسرها فى إطار معرفته وانطباعه عما تشير إليه هذه الرموز من معان بعد استكمالها وإدراكها.

وإذا كانت هذه الأعمال تتفق فى اعتمادها على المتلقى فى عملية الاستدلال والوصول إلى الفكرة الأساسية من العمل. فإن الفيلم السينمائى يقوم بصفة خاصة على الارتباط والتفاعل العضوى بين حركة الفيلم والخصائص العضوية للمشاهد التى

تعتبر ضرورة لخلق الحركة وإضافتها على الصورة الثابتة فى الفيلم. فما يراه المشاهد على الشاشة هو تتابع لصور ثابتة - ٢٤ صورة ثانية/٢٥ صورة /ثانية، تستطيع كل صورة منها على شبكة العين التى تقوم على الفور بإرسالها كإشارات إلى مركز الرؤية فى المخ من خلال الأعصاب البصرية وتظل منطبعة فيه حتى تلحق بها الصورة التالية..... وهكذا. وبذلك فإن مخ المشاهد هو الذى يحول ثوابت الصور هنا إلى حركة مستمرة فيما يسمى بانطباع النظر . persistence of vision (١٠)

وهذا الدور الذى تفرضه الأعمال الفنية الجماهيرية على المتلقى يشكل جهداً كبيراً يبذله مقارنة بالجهد الذى يبذله فى تعرضه لوسائل الاتصال الأخرى. مما يستدعى أن يضع الفنان المبدع فى اعتباره هذا الجهد مقارنة بالعائد الذى يحصل عليه المتلقى من مشاهدته لهذه الأعمال. وتأثير العلاقة بين الجهد والعائد فى اتخاذ قرار المشاهدة كما سبق أوضحنا فى الفصل الأول من هذا الكتاب.

الوظيفة الاتصالية

يحددها المتلقى

على الرغم من أن البدايات الأولى للأعمال الفنية الجماهيرية قد ارتبطت بوظائف محددة، وأصبحت بعد ذلك من خصائص هذه الأعمال، مثل ارتباط وظيفة المسرح بالتطهير، وارتباط وظيفة الفيلم السينمائى بالتسلية والترفيه. على الرغم من ذلك فقد تأثرت هذه الأعمال الفنية باتجاهات جمهور المتلقين الحديثة، والتطور التقنى، وعوامل التمويل فى تطوير وظائفها الاتصالية فى المجتمع.

فقد ابتعد المسرح عن المفهوم التراجيدي، وانتقلت الدراما الحديثة من تصوير الحياة الخاصة إلى تصوير الحياة العامة، ثم بعدها عن العواطف العنيفة من

الانفجارات الكوميديّة إلى قليل من الكوميديا وما فيها من فكاهة وتقذ، وهذا نتيجة لظهور الرجل العادى الذى لاترك له ظروف حياته ومعيشته واهتمامه بمستقبله وقتاً كى يتغنى شعراً، أو تضى على حديثه سحراً، أو تملأ رأسه خيالاً^(١١).

وأصبحت الدراما هى نشاط معرفى، واع، حركى، جماعى، تمثيلى. بمعنى أنه قد يشخص تجربة ماضية استحضاراً مصطنعاً أو يجسد رؤية افتراضية فى شكل محسوس. وهو نشاط يطرح صراعاً يحدد من خلال طبيعة القوى المتصارعة، ويتتبع مسار الصراع فى مراحل احتدامه وتنازله ثم انفراجه سواء عن طريق المصالح أو الفصل بين قوى الصراع. وهذا يعنى ترشيد الوعى الجمعى لاستقبال التجارب الحياتية وتفسير معناها وقوانينها وتحويلها إلى نمط من التوقعات يتم انتظامه فى تيار الوعى، وتوصيله إلى آخرين، وذلك بجانب تفسير الظواهر والقوى الطبيعية الغامضة تفسيراً إنسانياً، فى ضوء التجربة الإنسانية ومنطقها بحيث يسهل فهمها واستيعابها^(١٢).

وتصوير الحياة العامة ونقل التجارب الحياتية يوفر عدداً من الوظائف التى يمكن أن يقوم بها المسرح، ويتم تفسيرها فى إطار معالم هذه الحياة وتجاربها وما يستهدفه الكاتب من هذا التصوير والنقل فى التأثير على الإطار المعرفى للفرد المتلقى، ليصبح قادراً بعد ذلك على مواجهة هذه التجارب وتفسيرها فى إطار المعانى التى يقدمها العمل الفنى إلى جمهور المتلقين.

وكذلك لم تعد وظيفة الفيلم السينمائى هى التسلية فقط، التى ارتبطت بها فترة النشأة وظروف المكان وحدود عدد المشاهدين للفيلم فى بداياته الأولى. ولكنها تعددت بتعدد الوظائف الاتصالية من جانب. فأصبح بعد ذلك يتناول التجارب الاجتماعية والسياسية والتاريخية ويهدف إلى نقل المشاهد إلى عالم آخر يصنعه الفنان غير العالم

الحقيقى الذى يعيشه. ليتحقق للمشاهد رغبته فى التحليق إلى عالم الخيال والواقع المصطنع كما سبق أن أوضحناه من قبل.

والفنان المبدع فى تناوله للعمل الفنى الجماهيرى يحاول جاهداً التوفيق بين المتطلبات الإبداعية والأهداف الجمالية من جانب والإطار المعرفى للفكرة من جانب آخر. من خلال عدد من الأساليب والمواقف المختلفة، بجانب التقنيات الخاصة بإعداد العمل الفنى للعرض الجماهيرى. ويعى الفنان أيضاً أن العمل الفنى الجماهيرى يعد للعرض على عدد كبير من المتلقين - جمهور كبير الحجم - متباين فى خصائص وسماته العامة والاجتماعية والثقافية التى تؤثر فى استقباله للعمل وتفسيره له.

ولذلك فإنه إذا كانت الوظيفة العامة لمشاهدة هذه الأعمال من جانب المتلقين تتمثل فى قضاء وقت الفراغ فى عملية المشاهدة. فإن هذا لا يكون هو الهدف أو الوظيفة بالنسبة للفنان المبدع. وإلا لكانت اقتصرت وظيفة هذه الأعمال على التسلية والترفيه فقط. ولكن الفنان يهدف أن يشارك من جانبه فى تحقيق عدد من الوظائف الأخرى المرتبطة بتطوير المعرفة وأهدافها لدى الفرد والمجتمع.

ولكن استقبال هذه الوظائف التى يمكن أن تتجسد فى عمل واحد، يختلف من متلقى إلى آخر. حيث يقوم كل منهم بتفسير الوظيفة، وتحديد ما فى إطار خبرته وتجربته وحاجته من المشاهدة أو الاستماع. وهذا يفسر القول بأن وظيفة العمل الفنى - مثل السينما - تظهر بداية فى عين المشاهد^(١٢)، والذى تختلف رؤيته عن غيره فى تفسير العمل ووظائفه

فهناك عدد من المتلقين ينظرون إلى الأعمال فى إطار ما تقدم من معارف وخبرات جديدة خاصة بالعلاقات الإنسانية. وآخر يفسرها فى إطار تأثير الصراع على هذه العلاقات، وغيره يفسرها فى الإطار العقائدى أو المذهبى، وبالمثل يمكن أن تختلف

الوظائف باختلاف رؤية الأفراد للمقدمات والنتائج، وميل كل فرد إلى دعم قيمة فنية أكثر من الأخرى، في مشاهدته لهذه الأعمال. وإن كان الكثير من هؤلاء يشاهدون هذه الأعمال بهدف التسلية والترفيه وقضاء وقت الفراغ، أو الهروب من عالمهم الحقيقي إلى العالم الذي يرسمه الفنان في العمل الفني الجماهيري.

وبهذا نجد أن العمل الفني الواحد قد يتناول أكثر من وظيفة اتصالية يراها الفنان ضرورة من خلال عرض العمل، أو يراها المجتمع كذلك. ولكن اختلاف تفسير هذه الوظائف وموقعها ونسبة وجودها في العمل الفني، تختلف باختلاف جمهور المتلقين الذين يختلفون فيما بينهم في خصائصهم وسماتهم. وأهداف المشاهدة أو العائد المتوقع منها. بالإضافة إلى اختلاف التفسير الذي يتفق مع الإطار الدلالي والتجربة الخاصة بكل مشاهد التي تختلف بين أفراد المشاهدين باختلاف تأثير الإطار الاجتماعي والثقافي بينهم.

وتتفق هذه الظاهرة مع الأعمال الفنية الجماهيرية، ولكنها لا تتفق بنفس الطريقة مع الأعمال الفنية التي توجه إلى الجمهور الخاص والتي تستهدف وظيفة محددة بذاتها مثل التعليم أو نشر الأفكار الجديدة التي تتناولها الأعمال الفنية التسجيلية على سبيل المثال.

وهذا التعدد والتباين في رؤى المشاهدين لوظيفة العمل الفني الجماهيري، يضع صعوبة على توقعات الفنان حول اتجاه الجمهور من هذا العمل وأهدافه منها. وهذا ما يفسر البدء دائماً بتفسير الوظائف الاتصالية من خلال الفنان أولاً، وكذلك فريق العمل وتصنيف العمل على هذا الأساس. وليس من خلال وجهات نظر المشاهدين لهذا العمل التي قد تتباين بتباين خصائصهم وسماتهم الأولية والاجتماعية والثقافية.

ويفسر أيضاً في نفس الوقت التباين الذي يسجله الباحث بين ما يستهدفه الفنان،

وهو هنا القائم بالاتصال، وما يتحقق من نتائج جانبية من عرض الأعمال الفنية الجماهيرية. مثل حدوث الذعر بين الجماهير نتيجة التركيز على الأخطار الاجتماعية التي تواجهها، أو التخدير ودعم السلوك السلبي للمشاهد نتيجة اكتفائه بمجرد المشاهدة والمعرفة من خلال تعرضه لأعمال جاهزة بالحل دائماً، وحدث ظاهرة الاغتراب وابتعاد المشاهد عن واقعه الحقيقي وكذلك إحساس المشاهد بالإحباط نتيجة إدراكه بقدراته أو قدرات المجتمع التي لاتصل إلى ما يرسمه الواقع الفني أو الصورة التي يرسمها العمل الفني الجماهيرى. بجانب انتشار ظاهرة العنف وانخفاض الذوق العام لإنتاج أعمال ترضى الرغبات الوقتية والسريعة للجماهير التي تتفق خصائصها وسماتها مع هذه الاتجاهات.

وتدعم هذه التفسيرات اتجاه كل من تشارلز رايت Charles R.Wright وروبرت مورتون Robert K.Morton فى الفصل بين النتائج الإيجابية والسلبية، أو الظاهرة والكامنة للأعمال التي يتعرض لها الجمهور فى وسائل الاتصال الجماهيرى. وتأكيدهما على الفروض القائلة بحدوث هذه النتائج جنباً إلى جنب بتأثير عوامل وقوى عديدة فى العملية الاتصالية^(١٤).

تأثير ظروف المشاهدة

فى قاعات العرض

على الرغم من أن هناك عدداً من البحوث انتهت إلى أن سلوك التردد على السينما - كممثل من أمثلة قاعات العرض الجماهيرى - هو سلوك مخطط ومقصود من قبل المشاهد، وأيضاً سلوك جماعى فى التفكير فى الذهاب أو تنفيذ الفكرة، وأن معرفة المشاهد للعمل الفني قبل ارتياده ترتبط بهذا الميل الاجتماعى^(١٥).

على الرغم من ذلك فإن ظروف المشاهدة تفرض على الفرد العزلة أثناء عملية المشاهدة، حتى لو كانت هذه العملية تتم في إطار اجتماعي. حيث تحد ظروف المشاهدة في قاعة العرض من التحرك أو التواصل مع الآخرين، أو إبداء الرأي أثناء العرض. حتى لا يسبب هذا السلوك إزعاجاً للآخرين في القاعة أو يقطع على الممثلين في المسرح، أو العازقين في العرض الموسيقي، تواصلهم مع إيقاع الأحداث التي يعرضها العمل الفني.

وهذه الحالة تفقد الفرد اتصاله الشخصي مع الآخرين الذي يدعم أو يغير رأيه أو اتجاهه نحو العمل. وبالتالي فإن الفرد يتحول خلال فترة العرض إلى شخص منعزل، يسلك في هذه الحالة سلوك الحشد أو الجماهرة mass فينصاع خلال فترة العرض للاتجاه السائد من جمهور المشاهدين نحو العمل. ولا يعبر انصياعه في هذه الحالة عن الأثر الخاص بالعمل الفني بقدر ما يعبر عن انصياعه عقوياً لسلوك الحشد أو الجماهرة، الذي يميز الأفراد المنعزلين الذين يكونون جمهور المشاهدين خلال فترة العرض. وفي كثير من الحالات لا تعبر الاستجابة إلى المواقف الضاحكة بتأثر الفرد بهذه المواقف بقدر ما تعبر عن انصياعه لاستجابة الآخرين إليها. ولعل هذا ما يفسر تسلسل عدد من الأفراد المواليين إلى قاعات العرض بين جمهور المشاهدين لتشكيل استجابة هذا الجمهور إلى المواقف التي تعرضها الأعمال الفنية.

وهذا ما يفسر أيضاً تسجيل الضحكات على الشريط المسجل الذي يذاع في التليفزيون للتأثير في الفرد الذي يشاهد التليفزيون في عزلة عن الآخرين الذين قد يحيطونه أثناء فترة المشاهدة^(١٦).

ولذلك فإننا لاتركن إلى أن استجابة جمهور المشاهدين إلى العرض أثناء فترة المشاهدة داخل القاعة، لاتركن إلى هذه الاستجابة على أنها تقويم للعمل أثناء عملية

المشاهدة، أو أنها تغذية مرتدة سريعة أثناءها. لأن التقويم عادة ما يتم بعد ذلك فى المواقف الاتصالية الاجتماعية والتي يؤثر القرار فيها على تردد الآخرين على العمل أو الابتعاد عنه. وهو ما أكدته الدراسات المذكورة من قبل. وكذلك لايعبر الانسحاب من مشاهدة العمل أثناء عملية المشاهدة عن تقويم سريع أو عاجل، اتخذ شكل السلوك السلبي نحو العمل الفنى. بقدر مايعبر عن صعوبات الاتصال خلال فترة المشاهدة، والذي يتمثل بصفة خاصة فى عدم الوضوح المعرفى للرموز المستخدمة فى عرض الرسالة الاتصالية المثلة فى العمل الفنى، أو غياب الخبرة المشتركة التى تجعل المشاهد يتفاعل مع التجربة التى يعرضها العمل الفنى الجماهيرى.

وإذا كان مثل هذه التأثير لايلاحظ فى العروض الخاصة بالأعمال الفنية الراقية مثل عروض المسرح الكلاسيكى أو الأعمال الموسيقية الراقية. فذلك لأن جمهور هذه الأعمال فى هذه الحالة يشكلون جمهوراً خاصاً specialized audience يتسم بالاهتمامات المشتركة بالعمل وأهدافه منذ البداية.

أما فى الأعمال الجماهيرية فإن جمهور المشاهدين هم من الجمهور العام mass national audience الذى يعرض نفسه لوسائل الاتصال الجماهيرى فرديا وبطريقة شخصية، وليست له اهتمامات مشتركة مع الغير، ورد الفعل عند عضو هذا الجمهور يكون مستقلاً، لاستقلال تعرضه واستجابته^(١٧).

ولاغير من طبيعة الجمهور العام توزيعهم فى فئات من خلال أسعار التذاكر، فتباين الأسعار لايعبر عن عزل للفئات أثناء تعرضها، بقدر مايشير إلى تميز للمواقع الخاصة بالتعرض والمشاهدة. ويظل التباين قائماً فى اتجاه الأفراد نحو العمل وهدف المشاهدة الذى يتوقعه الفرد من العمل كما سبق أن أوضحنا من قبل.

تأثير عملية النقد الفني

تعتبر عملية النقد الفني للأعمال الفنية الجماهيرية، عملية اتصالية، تتم في إطار عملية الاتصال في مجالات الإبداع بصفة عامة والجماهيرى بصفة خاصة. لما تقوم به من وظائف تسهم بدورها في استكمال العملية الاتصالية العامة وتحقيق أهدافها. والنقد الفني عملية اتصالية فرعية، يقوم خلالها الناقد الفني في وسائل الاتصال الجماهيرى - وبصفة خاصة الصحف بأنواعها - يقوم خلالها الناقد بدور المتلقى في علاقته بالعمل الفني الجماهيرى، ومرسل أو قائم بالاتصال مرة أخرى في علاقته بجمهور المتلقين والمؤسسة الإنتاجية مع الجانب الآخر. سواء تمثل الدور الأخير في تقويم الأعمال الفنية الجماهيرية من خلال المعايير والأسس الفنية والأكاديمية، أو تمثل في عملية إرشاد وتوجيه جمهور المتلقين إلى الانتقاء والتعرض المقصود إلى الأعمال الفنية المعروضة.

ونظراً لتزايد اهتمام الجماهير بالتعرض إلى الأعمال الفنية الجماهيرية فقد اهتمت الصحف بتخصيص أبواب وزوايا فنية خاصة، يتولى محرروها عملية النقد الفني وتحليل الأعمال الفنية الجماهيرية وكتابة المقالات النقدية فيها بصفة دورية أو غير دورية. لتقوم هذه الصحف من خلال الأبواب والزوايا الفنية المتخصصة بدورها في عملية الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيرى.

وبذلك فإن عملية النقد الفني بجانب أنها عملية اتصالية، تسهم في وصف عملية الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيرى بالتعقيد أو التركيب كما سبق أن ذكرنا. فإنها تسهم أيضاً بدورها في تدفق دورة الاتصال كلها، أو تحديدها تبعاً لتأثيرها

على أطراف عملية الاتصال، واعتماد جمهور المتلقين عليها فى اتخاذ قرارات الانتقاء والتعرض للأعمال الفنية الجماهيرية.

وتختلف أهمية عملية النقد الفنى واتجاهات تأثيرها، باختلاف نوعية الصحف ومستوى التعليم الذى يؤثر إلى درجة كبيرة فى اعتماد جمهور المتلقين على النقد الفنى فى اتخاذ قرارات الانتقاء والتعرض.

ففى الصحف الفنية المتخصصة، التى توجه محتواها إلى الجمهور الخاص من أصحاب الاهتمام المشترك بالجوانب والأبعاد الفنية والأكاديمية للأعمال الفنية الجماهيرية، يتسم المحتوى بعمق البحث والدراسة، والاستدلال العلمى عن ماهية العمل الفنى وقيمته فى المجالات الفنية والأكاديمية. ويتوجه النقد فى هذه الحالة إلى الجمهور الخاص، بوصفه أيضاً تغذية مرتدة أو راجعة feed back إلى القائمين بهذا العمل، بوصفهم قائمين بالاتصال فى عملية الاتصال الفنى الجماهيرى، ويكون النقد فى هذه الحالة للتقويم والتقدير الخاص، الذى يقوم على أساسه القائمون بالعمل بالتعرف على الجوانب الإيجابية والسلبية فى العمل الفنى الجماهيرى وتقويمه.

أما فى الصحف العامة، فإن الأبواب والزوايا الخاصة، فإنها تقوم بدورها فى شرح وتفسير العمل الفنى فى أسلوب سهل مبسط. يساعد المتلقى على إدراك رموز العمل وأهدافه وتقويمه. ومساعدته أيضاً على اتخاذ قرارات الانتقاء والتعرض. بجانب الدور الذى يقوم به النقد فى هذه الصحف من شرح وتفسير للجوانب الوظيفية للأعمال الفنية الجماهيرية.

وفى الحالة الأخيرة، فإن المحتوى النقدى يمثل فى هذه الحالة رسائل اتصالية إلى الجمهور العام، تدعم العمل الفنى بالترغيب، أو تقاومه بالحث على التجنب أو الابتعاد. ويطلق الناقد الفنى فى الحالة الأخيرة جزءاً من الرسائل المرتدة من جمهور

المتلقين، التي تعبر عن رجوع الصدى أو التغذية المرتدة أو الراجعة للرسائل النقدية، التي تؤكد أو تدعم الرسائل المرتدة للنقد الفني إلى القائمين بالعمل في دورة الاتصال الخاصة بالعمل الفني المعروض على الجماهير أو المتوقع عرضه عليهم في فترات لاحقة. وبهذا تظهر أهمية النقد الفني وتأثيراته في عملية الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري وتؤكد أهمية التقرير الموضوعي في المحتوى النقدي. الذي يمكن أن يعتمد عليه كل من القائم بالاتصال والمتلقى في هذه العملية.

وتؤكد أيضاً أهمية الخصائص والسمات الثقافية للناقد الفني في إطار عملية الاتصال، وأهمية الاتجاهات الفكرية للصحف، أو القائمين على الصفحات والزوايا الفنية المتخصصة في تناول الأعمال الفنية الجماهيرية بالنقد والتحليل. حيث لا يمكن النظر إلى عملية النقد والتحليل لهذه الأعمال بمعزل عن الخصائص والسمات الثقافية والاتجاهات الفكرية للصحف أو العاملين فيها. بوصفهم عنصراً من عناصر العملية الاتصالية كما سبق أن أوضحنا في نموذج الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري السابق شرحه وتفسيره في الفصل السابق.

وبجانب التقرير الموضوعي في المحتوى النقدي، تظهر أهمية تحقيق التوازن بين المتطلبات الأكاديمية والفنية في عملية النقد الفني لأهميتها بالنسبة للقائمين بالعمل، وبين المتطلبات الوظيفية لأهميتها بالنسبة لجمهور المتلقين. حيث تتجه عملية النقد الفني إلى كل من الاتجاهين في وقت واحد، بالنسبة لعمل واحد. في إطار العملية الاتصالية العامة - لتأكيد الدور النقدي في دورتها.

تأثير التطور السريع فى تقنيات الإنتاج

على الرغم من أن التقدم التقنى بصفة عامة يهدف إلى توفير الوقت والجهد فى الإنتاج والاتصال، إلا أن هذه الأهداف فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى قد تصطدم بكثير من الصعوبات التى تؤثر على العملية الاتصالية، مالم يواكبها تطور مماثل فى الوعى والمعرفة بهذه التقنيات ووظائفها خصوصاً بالنسبة لجمهور المتلقين.

ذلك أن تطوير هذه التقنيات يؤثر بدرجة كبيرة فى صياغة الرموز الاتصالية فى الأعمال الفنية الجماهيرية، وبناء هذه الرموز فى علاقتها بالوظائف والأهداف، مثل تأثيرات التطور فى تقنيات التصوير الفيلمى والصوت ووسائل الإضاءة.... وغيرها التى تستلزم تطوراً متلاحقاً للإطار المعرفى الخاص بهذه الرموز والتقنيات الحديثة لدى الفرد المتلقى، حتى يمكنه إدراك المعانى المستهدفة فى الأعمال الإبداعية الفنية، وتأثيرات الوسائل عليها. لأن استكمال العملية الفنية لا يرتبط بالتعرض فقط، ولكن تذوق الأعمال الفنية يتطلب ضرورة إدراك الفرد لهذه المستجدات فى مجال الإبداع الفنى. ولعلنا نستعيد تجربة إدراك الأفراد المتلقين للقطعة المكبرة أو القريبية Close-up

عند عرض أحد أفلام التوعية الصحية بدولة من الدول النامية. وعدم إدراكهم لحشرة البعوضة بعد تكبيرها، حيث أنها بدأت تختلف بعد تكبيرها عن طبيعة الأشياء. ولذلك لم يستطع الأفراد تفسيرها فى الإطار الصحيح.

وقد يرحب المشاهدون لفترة بالحيل السينمائية الجديدة فى إطار وظيفة التسلية، أو الهروب إلى العالم الخيالى الذى تصنعه هذه الحيل الجديدة. ولكنهم يشعرون بالتوتر لعدم إدراكهم للمعانى التى تستهدفها الرموز التى تقدمها هذه الحيل الجديدة.

ولذلك فإن التركيز على رفع الوعي الفني والارتفاع بمستوى التذوق الإبداعي في هذه المجالات لدى جمهور المتلقين. يعتبر ضرورة لمواكبة هذه التطورات المتلاحقة في تقنيات الإنتاج. حتى يمكن للرسالة الاتصالية أن تصل برموزها إلى المتلقى، ويتمكن من إدراك المعانى المستهدفة، بتأثير خبرته المتراكمة في تفسير هذه الرموز والكشف عن دلالتها.

هوامش الفصل الثالث

- ١ - عزيز الشوان : الموسيقى : تعبير نغمى - ومنطق، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٩ ص ٢٧.
- ٢ - مصطفى يحيى : مرجع سابق ص ٧٩.
- ٣ - يوسف مراد: علم النفس فى الفن والحياة سلسلة كتاب الهلال العدد رقم ١٨٧ أكتوبر ١٩٦٦ القاهرة: دار الهلال. ص ٦٢.
- ٤ - فوزى فهمى أحمد: المفهوم التراجيدي والدراما الحديثة، القاهرة : الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٦ ص . ص ٧٧ - ٧٨.
- ٥ - نهاد صليحة: مرجع سابق ص. ص ١٩ - ٢٠.
- ٦ - آلان كاسبار: التذوق السينمائى، ترجمة وداد عبد الله، القاهرة : الهيئة العامة للكتاب، ١٩٨٩، ص. ص ٩٣ - ٩٤.
- ٧ - المرجع السابق : ص ١١٦.
- ٨ - الكسندرو روشكا: الإبداع العام والخاص، ترجمة غسان عبد الحى أبو فخر، سلسلة عالم المعرفة، العدد ١٤٤، ديسمبر ٧٩، الكويت المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب ١٩٨٩، ص ١٢٥.
- ٩ - المرجع السابق : ص . ص ٨٨ - ٨٩.
- ١٠ - حسين حلمى المهندس: دراما السينما بين النظرية والتطبيق ج١، القاهرة : الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦ ص ١٤.
- ١١ - فوزى فهمى أحمد : مرجع سابق ٧٦.
- ١٢ - نهاد صليحة : مرجع سابق ص . ص ١٦ - ٢٢.

13- Melvin L. DeFleur and Everette E. Dennis. Op.Cit. p.212.

١٤ - راجع بالتفصيل:

- جيهان رشتى : مرجع سابق ص . ص ١٩٨ - ٢٢٤.

*- Charles R. Wright., Op.Cit., p.p. 13-23.

١٥ - راجع بالتفصيل:

- عبد الباسط عبد المعطى، عبد الحليم محمود: استطلاع آراء الجمهور المصرى

فى الأفلام السينمائية، المجلة الاجتماعية القومية مجلد ١١ العدد ٢ مايو،

١٩٧٤، القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجناية. ص . ص ١٥٣ -

٢١١.

- Charles R. Wright., Op. Cit. p.p.97-80.

16- Wand B. Metchel and James D. Kirkham., Televising your Message., U.S.A : National Text Book Company 1982. p.25.

١٧ - راجع بالتفصيل:

- John R.Bittner., Mass Communication: An Introduction., 2end edition., New Jersey: Prentic-Hall.Inc 1980., p.13.

-John C. Merrill and Ralph L. Lowenstein., op.Cit. p.108.

الاتجاه الاجتماعي للاتصال
في مجالات
الإبداع الفني الجماهيري

بالإضافة إلى المدخل الاتصالي الذى يؤكد على السمة الاجتماعية العملية الاتصالية بصفة عامة، بالإضافة إلى ذلك، فإن هناك العديد من المداخل التى تؤكد الأبعاد الاجتماعية للعمل الفنى الجماهيرى، بوصفه رسالة فى عملية اتصالية بين الفنان المبدع وجمهور المثقفين.

ومن هذه المداخل النظرية الاجتماعية للإبداع الفنى، التى هاجمت الأحكام المعيارية فى الفن وقالت بأن الفن وليد المجتمع - ومن دعائها تين - فالفن حسب هذه النظرية^(١) ليس إنتاجاً فردياً، بل هو ضرب من الصناعة أو الإنتاج الجمعى. حتى أن المعايير الفنية هى معايير حضارية ذات أصل اجتماعى، وكذلك فإن الصنعة الفنية والتكنيكية مستتبطتان بقوانينها وقواعدها من الحياة الجمالية للجماعة. وبذلك يصح الحكم الجمالى الذى تصدره الجماعة على العمل الفنى بمثابة شهادة بنجاحه. وعلى هذا تعتبر القيم الفنية اجتماعية بالدرجة الأولى، أى أنها بحاجة إلى شهادة المجتمع. والفنان ليس كائناً منعزلاً عن المجتمع بل كائن اجتماعى يعيش فى بنية جمالية ذات صبغة اجتماعية يستجيب لمؤثراتها ويخضع لشدة التيارات الجمالية السائدة فيها.

ويؤجـز «دوركايـم» اتجاهات المدرسة الاجتماعية بصدد الفن بقوله «إن الفن ظاهرة اجتماعية وأنه نتاج نسبي يخضع لظروف الزمان والمكان». وعلى هذا فالفنان فى نظر دوركايم لا يعبر عن «الأنا» بل عن «نحن» أى عن المجتمع بأسره ويقوم الإبداع الفنى على مقومات ثلاثة هى:

- المؤثرات الحضارية وهى البيئة الطبيعية والجنس ثم التيارات الجمالية السائدة.

- أساليب الحفنة والتقاليد الفنية، أى التكنيك والتراث الفنى والتقاليد الموروثة عبر الأجيال.

- الوعى الجمالى للمجتمع فى عصر الفنان والمعايير الجمالية السائدة فى المجتمع. وكذلك يتطلب فهم العمل الفنى الربط بين ثلاث طرق، لا يكفى أى منها وحده لفهم العمل الفنى^(٢) وأول هذه الطرق: هو تاريخ الفن الذى يتتبع النشاط الفنى من عصر إلى عصر، وفى الحضارات المختلفة. فيوضح التأثيرات التى يتلقاها الفن من النظم الاجتماعية والدينية والسياسية.. إلى اخره، ويحاول الكشف عن القوانين التى تفسر تطور الأساليب الفنية.

وذلك بالإضافة إلى الدراسة من خلال سيكولوجية الفن، ومن خلال النقد الفنى. لتكتمل الطرق الثلاثة لفهم العمل الفنى.

وبالإضافة إلى الداخل أو الاتجاهات التى تفسر العمل الفنى فى إطار المنظور الاجتماعى، فإن هناك رأيا بأن الفن بصفة عامة هو افراز اجتماعى لرغبات الإنسان ومتطلباته، شأنه شأن الظاهرة الفنية التى تعتبر حصيلة مكونات اجتماعية تضع بصماتها بالضرورة على كل ما يقع فى إطارها.^(٣)

وبالنسبة للإبداع بصفة عامة أيضا، فإن الحكم الأخير على إبداع ما، هو التقويم الاجتماعى. وأن تقويم الأثر يكون وفق المرحلة الاجتماعية/التاريخية التى انتج خلالها^(٤)

وبالإضافة إلى ذلك فإننا لا يمكن أن نغفل الإتجاه الاجتماعى للاتصال بصفة عامة،

والاتصال الجماهيري بصفة خاصة، والتي تمثل الأعمال الفنية الجماهيرية الرسالة الأساسية في هذه العملية، وسواء نظرنا إلى الاتصال الجماهيري في المجتمع بوصفه عملية اجتماعية شأنها شأن كل العمليات الاجتماعية، فتؤثر في سمات الأفراد وسمات المجتمع وتتأثر بهما في نفس الوقت (٥). أو نظرنا إلى المؤسسات التي تقوم بإنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية في إطار عملية الاتصال الجماهيري بوصفها مؤسسات اجتماعية يجتمع لها المفهوم المؤسسي الذي يجتمع له الضرورات الفكرية بجانب الضرورات المادية والبشرية التي تشكل كيان أو بناء هذه المؤسسات، إذا نظرنا إلى المؤسسات في إطار المفهوم المؤسسي institutionalization الذي يفرض عليها القيام بعدد من الوظائف في المجتمع، حيث تعتبر المؤسسات في هذه الحالة تنظيما له عناصره الفكرية والمادية، يقوم بوظيفة اجتماعية، باعتبارها بناءات لنشر الأفكار العامة وإعداد الحاجات الانسانية (٦).

والنظرة إلى إنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية في إطار المفهوم المؤسسي يعنى بالتالى أنها تؤثر وتتأثر في نفس الوقت بالنظم الاجتماعية الأخرى في المجتمع من جانب، وجمهور المتلقين لأعمالها، والذين يمثلون جمهور النظم الاجتماعية الأخرى، من جانب آخر، وهو ما سنوضحه تفصيلا بعد.

ومذ الداخل - ومنها - تشكل في مجموعها الإبداع الاجتماعي للاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، فتطبع عناصره بهذا الطابع، الذي يؤثر في اتجاه الحركة وأهدافها في العملية الاتصالية سواء من جانب الفنان المبدع، أو جمهور

المتلقين، أو المؤسسة الفنية كلها، والتي تؤثر أيضا وتتأثر ببعضها في إطار السياق الاجتماعي العام للمجتمع الكل.

ويتبلور الإتجاه الاجتماعي في رسم الخصائص والسلوك والأهداف الخاصة بكل من الفنان المبدع، وجمهور المتلقين، والمؤسسات الفنية. والذي يضع بصماته على خصائص الرسالة الاتصالية وأهدافها والتي تتجسد في الأعمال الفنية الجماهيرية، وهو ما يظهر في تأثيرات الدور الاجتماعي للفنان، وتأثير الخصائص الاجتماعية والثقافية لجمهور المتلقين، والتأثيرات الخاصة بالنظم الاجتماعية في علاقاتها بنظام المؤسسات الفنية كنظام اجتماعي.

الدور الاجتماعي

للفنان المبدع

يقوم البناء الاجتماعي على انتظام أعضائه في مواقع أو مراكز position معينة، وتفرض هذه المواقع على هؤلاء الأعضاء سلوكا معينا. هذا السلوك المرتقب والقيم المتصلة به تمثل مجموعة الوظائف التي يقوم بها العضو في موقعه. وتمثل بالتالي الدور role الذي يقوم به الفرد داخل الجماعة أو المجتمع.

فالدور الاجتماعي هو عبارة عن الوظائف العملية التي تتطلبها المركز، ومجموعة الحقوق والواجبات المتصلة به، أو هو عبارة عن نمط منظم من المعايير فيما يختص بسلوك فرد يقوم بوظيفة معينة في الجماعة. أو هو الجانب الدينامي لمركز الفرد أو وضعه أو مكانته في الجماعة، أو هو مجموعة متسقة من الأنشطة أو الأفعال المتعلمة

يقوم بها الفرد فى مواقف تفاعله وتبادله مع الغير. (٧)

وتوزع الادوار فى نسق معترف به، يحقق وظائف اجتماعية، ويشبع فى نفس الوقت حاجات نفسية العضو فى الجماعة، ويساعد الجماعة بالتالى على تحقيق اهدافها ومن أمثلة الادوار الاجتماعية: دور الأب، ودور الأم، ودور المدرس، ورجل الدين، والطبيب، ورجل الاعلام... إلى أخرى. وفى كل منها هناك أنماط من السلوك المتوقع، أنماط من الحقوق والواجبات فى علاقة كل دور بالآخرين وبالمجتمع.

وحيث أن الابداع لا يبدأ من فراغ، ولكنه استجابة هادفة لمؤثرات بيئية وحياتية. وأن الفن هو ظاهرة اجتماعية - كما سبق أن أشرنا - ونتاج نسبي يخضع لظروف الزمان والمكان. والفنان المبدع كائن اجتماعى يعيش فى بنية جمالية ذات صيغة اجتماعية يستجيب لمؤثراتها. ويرى المجتمع فى الابداع الفنى أداة لتحقيق عدد من الوظائف والحاجات الاجتماعية.

لذلك كان للفنان المبدع موقعا أو مركزا اجتماعيا فى النسق الكلي، يقوم من خلاله بالدور الذى يستهدفه المجتمع من هذا الموقع. ويرتب للفنان حقوقا وواجبات ترتبط بهذا الدور الاجتماعى.

وتتصدر أنماط السلوك لهذا الدور. تفاعل الفنان مع بيئته الاجتماعية، ليس بوصفها مصدرا للفكر والالهام فقط. ولكن بوصفها أيضا إطارا للحركة والأهداف فالمشروع الابداعى الفنى يستهدف تعبئة الطاقات من أجل الاستمرار والتجديد، وبذلك فإنه يعمل فى تنافس مع المشروعات الاجتماعية الأخرى لتحقيق هذا الهدف.

وقد يشور الفنان بحكم هذا الدور على سلبيات المجتمع وقصور حركته. ولكنه يظل متمسكا بمفهوم الثورة التي تهدف الى تغيير الأوضاع من أجل الوصول إلى صورة أفضل. يراها الفنان متمثلة أمامه من خلال الخبرة والتجربة المختزنة والتي تراكت لديه بفعل إنتمائه وتفاعله مع هذا المجتمع بسلبياته وإيجابياته. وإذا كان من حق الفنان أن يطمح إلى التغيير أو التطوير أو التجديد بتأثير المفهوم الابداعي. فإنه مما يؤثر في تقويم هذا الطموح التجزئى، أو تقديم الصورة المتسرة فى محاولة لاعادة تشكيل الحقائق الاجتماعية، متأثرا بالمفاهيم الذاتية فقط، أو وفق مزاجه النفسى الخاص. والذي قد يبعد بالفنان عن الواقع ويتجه به الى التجريد فى رؤية الحقائق والاشياء.

وإذا كان الإتجاه الأخير يمثل إتجاها فنيا فى رؤية الحقائق وإعادة تشكيلها، إلا أنه يحد من تفاعل الفنان مع المجتمع، وبذلك يؤثر فى وظائف الفنان باعتبارها تجسيدا للدور الاجتماعي، الذى يفرض عليه تفاعلا مع الواقع الموضوعى، والتمرد عليه أو دعمه من خلال رؤيته التى تتأثر بتراكم الخبرات والمعرفة الاجتماعية ولا يعتبر الإتجاه الاجتماعي قيذا على حرية الفنان، ولكنه تحديد للدور المرتقب منه فى المجتمع.

يفرض الدور الاجتماعي على الفنان المبدع اكتساب الخصائص والسمات الاجتماعية التى تشكل الاطار الثقافى للمجتمع، بحيث تسهم هذه المكتسبات فى دعم الاطار العام للفنان المبدع، وتسهم بالتالى فى تقويم الوقائع والحقائق التى يعيشها فى المجتمع، فتكون واقعا للابداع. حيث يحدد هذا التقويم موقفه الخاص من هذه الوقائع والحقائق، مؤيدا أو رافضا لها، يدعمها أو يعمل على تغييرها من خلال ما يستلهم منها

من أفكار أو معان يقوم بصياغتها فى شكل من أشكال العمل الفنى الجماهيرى. وبذلك فإن الدور الاجتماعى للفنان المبدع يتأثر بهذه الخصائص والسمات الاجتماعية شأنه شأن الأدوار الاجتماعية. حيث تطبع هذه الخصائص والسمات الاجتماعية سلوكه وآراءه بطابعها، وذلك مثل تأثير المعايير الاجتماعية والثقافية السائدة فى المجتمع، وتتصدرها أنماط القيم والتقاليد والأعراف السائدة التى تؤثر فى السلوك الاجتماعى بصفة عامة، وسلوك الأدوار بصفة خاصة.

وبذلك فإننا نجد أن هذه الخصائص والسمات الاجتماعية التى تشكل الإطار الثقافى للمجتمع بجانب أنها تعتبر مصدرا أو منهلا للفنان المبدع فى تكوين وتشكيل الخبرة والتجربة الاجتماعية المتراكمة والناجمة عن الاتصال والتفاعل الاجتماعى، بجانب ذلك فإنها تشكل قيادا على حركة الفنان وحرية فى رسم الصورة الإبداعية، وصياغة العمل الفنى الإبداعى. حيث يلتزم الفنان فى إنتاجه بهذه الخصائص أو السمات التى تطبع العمل الفنى بطابع الأصالة، ويعتبر خروجه عليها أو عدم التزامه بها خروجا على قيم المجتمع وتقاليد وأعرافه، وبالتالي يعبر عن عدم تمسكه بالدور الاجتماعى وإتجاهه إلى العزلة أو اغترابه عن المجتمع.

وفى هذه الحالة فإننا نفرق بين ما استقر فى وجدان المجتمع، ونال القبول الجمعى بوصفه موجهها للسلوك من قيم أو تقاليد راسخة. وبين ما يقبل التمرد عليه أو تغييره بوصفه عقبة فى طريق التجديد والتطوير، وبذلك فإنه إذا كانت القيم الروحية نمطا مقبولا من أنماط القيم توجه السلوك الفردى والاجتماعى وتضبطه وبالتالي يصبح الالتزام

بها أمرا مقبولا، فإن هناك الكثير من العادات أو التقاليد الموروثة التي لم تصل بعد إلى مستوى القيمة الاجتماعية والتي قد يرى الفنان في تغسرها أو التمرد عليها سببا للتطور والتقدم الاجتماعي. والتراث الثقافي للمجتمع يمكن أن يحدد إلى مدى بعيد اتجاه القيم السائدة التي يصر المجتمع على التمسك بها أو تلك التي يتسامح المجتمع في الخروج أو التمرد عليها أو محاولة تغييرها.

ويشير هذا الالتزام الذي يفرضه الدور الاجتماعي تساؤلا حول اتجاه الفنان المبدع ببصره نحو المجتمعات الأخرى، والتي قد تكون أكثر تقدما، تحقق من خلال تقدمها عوامل الجذب وتشير لدى الفنان الرغبة في محاكاة حياتها أو سلوك أفرادها أو أنماط القيم السائدة منها، باعتبارها نموذجا يحتذى أو قدوة يتمثل بآدائها الآخرون. والفنان المبدع في هذه الحالة قد يرى في هذا النموذج هدفا للتغيير أو التجديد، أو قيمه وسلوكه أداة لهذا التغيير أو التحديد، ولا يرى في هذه الحالة تناقضا بين هذه الرؤية ووظائف الدور الاجتماعي التي يهدف إلى تحقيقها.

وإذا كان هذا الإتجاه يهدف إلى نقل التجربة الخارجية إلى المجتمع، مع الالتزام بمقومات وثقافة البيئة المحلية فإنه لا يؤثر على دور الفنان المبدع في هذا المجال، إلا أن خروج الفنان تماما على موروثة البيئة المحلية، واتجاهه إلى دعم ما استورده من أفكار أو معان أو قيم اجنبية سيؤدى بالتالى إلى تنازل الفنان المبدع عن دوره الاجتماعي باقترابه من بيئته وثقافته.

وبذلك فإن الدور الاجتماعي للفنان المبدع لا يتعارض مع إتجاهه إلى الاستفادة من

المعرفة والخبرة الاجنبية، التى تسهم فى صقل المعرفة والخبرة المحلية ولا تحل محلها بل تعمل معها بتوافق فى سبيل تحقيق وظائف الدور الاجتماعى، والتى يتصدرها تعبئة الطاقات الابداعية للنهوض بالمجتمع والارتقاء بالانسان فيه.

والاتجاه الاجتماعى لدور الفنان المبدع هو الذى يؤكد الحاجة الى الاتصال الاجتماعى، حتى ينظر الفنان الى ابداعاته ليس بوصفها اعمالا جديدة او مبتكرة فقط، ولكنه ينظر اليها فى اطار ما تحققه من اهداف او وظائف ترتبط بطبيعة الدور الذى حدده المجتمع للفن، ومركز الفنان فى هذا السياق الاجتماعى.

وبذلك فإنه فى اطار الدور الاجتماعى تصبح الاهداف الاجتماعية ملزمة، ويصبح السلوك الذى تحدده المعايير الاجتماعية للدور الاجتماعى ملزما إلى حد كبير للفرد الذى يقوم بهذا الدور. وهو ما ينطبق على الفنان المبدع الذى يجب أن يلتزم بالاهداف الاجتماعية والسلوك الاجتماعى فى أدائه لدوره الاجتماعى، ذلك أن تقويم المجتمع لأداء الدور الاجتماعى وسلوكه يكون فى اطار ما يتوقعه المجتمع من سلوك وإداء يرتبط بطبيعة الدور وخصائصه، وهو السلوك المرتقب من الدور الاجتماعى.

ولعل الدور الاجتماعى للفنان المبدع من الانوار المحدودة التى لا يدفع الى الابداع فيه، كسبا ماديا يحتل أهمية كبيرة، بل إن التقدير المادى فى كثير من الاحوال يحتل مرتبة ثانوية فى ترتيب الدوافع الخارجية التى تدفع الى الابتكار والتجديد. ولكنه على الجانب الاخر يتوقع من الآخرين الدعم والتأييد المعنوى الذى يدفع بالفنان المبدع الى الاستمرار فى العطاء والتميز فى الابتكار والتجديد. وهو ما يمثل السلوك المرتقب من

الاخرين بالنسبة للدور الاجتماعى للفنان.

ويتوقع من المجتمع توفير الظروف الملائمة والمناخ المناسب للابداع الفنى للقيام بدوره الاجتماعى، وتتمثل الظروف والمناخ الملائم فى توفير قدر الحرية والتسامح الذى يسمح للفنان المبدع توظيف الطاقات الابداعية لديه للكشف والجدل الذى يفرز الصورة الفنية التى يتخيلها الفنان أقرب إلى تصوير الواقع ومشكلاته وتقديم الحلول المقترحة لهذه المشكلات وتجاوزها. ولذلك فإن الابداع الفنى وتفاعله مع المجتمع لايزدهر إلا فى مناخ الحرية ومساندة النظم السياسية والاجتماعية لهذا المناخ ودعمه. بدءا من حرية التواصل الاجتماعى واستقاء المعلومات وتوفير المعرفة، إلى حرية إنتاج الأفكار الابداعية وعرضها على الجماهير، مادامت قد تمت فى إطار متطلبات الدور الاجتماعى التى تتفق مع المعايير الاجتماعية السائدة فى المجتمع.

ذلك أن من أهم صعوبات الابداع الفنى بوصفه اداء للدور الاجتماعى للفنان المبدع، القيود والضغوط التى تضعها السلطة - خارج اطار المعايير الاجتماعية - على حركة الدور الاجتماعى للفنان المبدع وسلوكه.

وإختلاف الاداء والسلوك للدور الاجتماعى من فرد الى اخر، لا يعنى اختلافا فى الدور الاجتماعى، ولكنه اختلاف او تباين يرتبط بخصائص الشخصية التى تقوم بهذا الدور، والتى قد تختلف من فرد الى اخر، باختلاف محددات الشخصية أو خصائصها وقدرتها على التعامل مع المثيرات الاجتماعية، وهذا ما يفسر ايضا مستوى الابداع

وقيمة الناتج الابداعى وتباينه من فرد إلى آخر على الرغم من وحدة الدور الاجتماعى للفرد المبدع.

وذلك ما يفسر الضرورات التى تحتّم اتفاق خصائص الشخصية الواقعية ومع خصائص شخصية الدور الاجتماعى، ولذلك فإن الدور الاجتماعى للفنان المبدع يتطلب بداية توفير مقومات الابداع والقدرة على المبادأة والابتكار، والتقمص ومعايشة الواقع، والتواصل الاجتماعى... وغيرها من خصائص الشخصية التى تسهم إلى حد كبير فى قيام الفرد بالدور الاجتماعى للفنان المبدع ونجاحه فى هذا الدور وبالتالي رضا المجتمع عنه، ودعمه لآعماله وانتاجه الابداعى الفنى، وكما أن الفرد يقوم بعدد من الادوار الاجتماعية فى إنتمائه إلى المجتمع، فإن التوافق بين هذه الادوار يصبح مطلباً ضروريا لتجاوز الصعوبات او المشكلات الناتجة عن عدم التوافق أو صراع الأدوار، ولذلك فإن الفنان لا ينجح فى دوره الاجتماعى المتصل بطبيعة الابداع الفنى، إذا ما قام بدور التاجر أو رجل الأعمال نظرا لتأثير نمط القيم ومحددات السلوك التى تختلف بين الدورين، ويؤدى الصراع بين الدورين إلى إخفاق الفرد فى أيهما على حساب الآخر. أو فى الدورين معا.

ولذلك فإن الدور الاجتماعى للفنان المبدع بجانب أنه يفرض عليه سلوكا محددا، والتزاما معيناً بإطار المعايير الاجتماعية التى تحكم سلوك الدور وحركته، فإن الفنان المبدع نفسه يجب أن يتجه بسلوكه الى تحقيق التوافق والتوازن مع شخصية الدور الاجتماعى الذى يقوم به، وكذلك بين الادوار المتعددة التى يقوم بها بحكم كونه عضوا

فى المجتمع تتعدد له الادوار بتأثير تعدد إنتماءاته فى المجتمع.

السمات الاجتماعية

لجمهور المتلقين

بجانب الدور الاجتماعى للفنان المبدع الذى يضع بصماته على خصائص وسلوك الفنان فى علاقته بالعملية الاتصالية، فإن الاتجاه الاجتماعى للاتصال يضع بصماته على خصائص وسلوك المتلقين أيضا.

هذه الخصائص أو السمات التى ترسم إتجاه التقويم الاجتماعى للعمل الفنى الجماهيرى، فى إطار ما يحققه من أهداف تتفق وحاجات الافراد المتلقين من جانب، وحاجات وأهداف المجتمع من جانب آخر، وهذه الاهداف التى تحدد مبدئيا خصائص وسمات العمل الفنى الجماهيرى بوصفه رسالة اتصالية، تتأثر بالاتجاهات النفسية والاجتماعية لكل من الفنان وجمهور المتلقين.

ولذلك كانت البداية دائما فى صياغة الرسائل الاتصالية هى رسم خصائص وسمات جمهور المتلقين باعتبارها المدخل الى ادراك هذه الرسائل وتفسيرها.

وعلى الرغم من أن البدايات الأولى للأعمال الفنية الجماهيرية، سواء فى المسرح أو الموسيقى أو السينما كانت تأخذ فى اعتبارها اتجاه المتلقين نحو هذه الاعمال، وكان المسرح بصفة خاصة يعتبر جمهور النظارة - المشاهدين - جزء من بناء العمل المسرحى، وكانت الموسيقى تستهدف جمهور المواطنين وتستثير عواطفهم الكامنة وشعورهم القومى فى الكثير من أعمالها وتجسد من خلال ذلك فكرة الانتماء القومى

والوطني. وكذلك السينما التي تطورت كثيرا لتدخل ميدان التسجيل التاريخي - من خلال الاداع الفني - للكثير من المعارك والمواقف البطولة للشعوب، وتجسد ايضا فكرة الانتماء والاعتزاز بالروح الوطنية والقومية.

على الرغم من ذلك فإن علماء الاتصال الجماهيري ظلوا لفترة طويلة ينظرون الى جمهور وسائل الاتصال الجماهيري على انهم مجرد أعداد مشتتة من الافراد الذين لا تجمعهم خصائص أو سمات واحدة، يتسمون بالعزلة الاجتماعية ولا يملكون القدرة على العمل كوحدة أو تنظيم اجتماعي متماسك، وبالتالي فانهم يتأثرون بوسائل الاتصال الجماهيري بشكل فردي. (٨)

ولكن مفهوم العزلة وغياب التواصل الاجتماعي كسمة من سمات هذا الجمهور، لم تجد قبولا بعد ذلك بين علماء الاجتماع والاتصال، لان الفرد في جمهور المتلقين لا يتعامل مع وسائل الاتصال الجماهيري كشخصية منعزلة، ولكن كعضو في الجماعات التي ينتمي اليها ويتفاعل معها، وأن سلوكه الاتصالي هو جزء من السلوك الاجتماعي وتادرا ما يكون مجهول الهوية لانه عضو في شبكة من الجماعات الأولية والثانوية مثل العائلات وجماعات الاصدقاء، ودوائر العمل.. إلى أخره، التي تؤثر في السياق الاجتماعي لاتجاهات الفرد ورائه حتى لو تعرض منفردا إلى وسائل الاعلام.

وبذلك فإن عمليات وتأثيرات وسائل الاتصال الجماهيري يجب أن تفسر في ضوء مفهوم جمهور المتلقين، النشاط، الذي يبحث عما يريده، ويرفض ما لا نتوقعه، ويتفاعل مع اعضاء الجماعات المرتبط بها (٩).

هذا الاتجاه تأثر بكثير من المفاهيم التي سادت بعد ذلك نتيجة النظر الى الاتصال الجماهيري كعملية اجتماعية - كما سبق أن قدمنا - وكذلك النظر الى الاتصال الجماهيري كنظام اجتماعي يعتبر الجمهور الذي يتسم بالتنوع والانتماء الى طبقات وفئات متعددة أحد عناصر هذا النظام. ويتأثر الجمهور في تحديد الدور الذي يقوم به في هذا النظام بمتغيرات عديدة يتصدرها حاجات واهتمامات افراده والفئات الاجتماعية المتنوعة التي ينتمى اليها وطبيعة العلاقات الاجتماعية بين هؤلاء الأفراد، والتي تشير بدورها إلى حركة السلوك واتجاهاته. التي تحدد أنماط وأهتمام الجمهور وتفسيراته، واستجابته الى نوع معين من الرسائل الاتصالية. (١٠)

بالإضافة إلى تطور النظرة إلى جمهور وسائل الاتصال الجماهيري، وعلاقاته المتبادلة مع كل من النظام الاجتماعي بثقافته وبنائه، واتجاهات الحركة فيه من جانب، وكذلك وسائل الاتصال الجماهيري من جانب آخر، وارتباط هذه العلاقات المتبادلة بالتأثيرات الخاصة على سلوك الجمهور واهتماماته، وذلك في نموذج موحد يحدد طبيعة هذه العلاقات واتجاهاتها ونتائجها على كل من النظام الاجتماعي، ونظام وسائل الاتصال الجماهيري والجمهور (١١) ولذلك لا يمكن أن نفغل الطبيعة الاجتماعية لجمهور المتلقين في الاختيار والتعرض لوسائل الاتصال الجماهيري. والاعمال التي تعرضها ودوافع استخدامها. (١٢) كما لا يمكن أن نفغل السمات الفردية أو خصائص الشخصية أو السمات النفسية للجمهور audience psychographics خصوصاً عندما لا تصبح السمات العامة أو الخصائص السكانية كافية للتخطيط أو

تفسير رد الفعل نحو الاعمال الفنية الجماهيرية- بوصفها رسالة اتصالية- من جانب آخر (١٣) بالإضافة إلى أن دراسة المهارات والسمات الشخصية ونمط الحياة لأفراد جمهور المتلقين، بجانب السمات العامة تعتبر أحد المدخلات أو المتغيرات المستقلة فى عملية الاتصال الاتقاعى عند تحليلها كمدخل فى تخطيط الحملات التى تستهدف الاتقاع وتوجيه السلوك من خلال وسائل الاتصال الجماهيرى. (١٤)

ولذلك تطورت دراسة الجمهور فى اتجاه الوصف الدقيق للسمات الاجتماعية والنفسية واتجاهات التفضيل، لعدم كفاية الابعاد التفسيرية لبحوث تركيب الجمهور أو المسوح الروتينية لها، التى تقدمت فى دراسة الفئات الرئيسية للسمات العامة مثل السن، والنوع، والتعليم، والمهنة، والدخل، ولكنها لم تتجه الى معرفة التركيب الاجتماعى ولم تركز بدرجة كافية على الانسجة المشتركة فى حياة الجماعات التى يندمج من خلالها الفرد فى المجتمع الاكبر.

وأتجه البحث الى دراسة عضوية الفرد فى الجماعة، كعامل يتخلل عملية الاتصال، وكذلك إلى تأثير السياق الاجتماعى والنفسى الذى يعيش فيه الفرد، واتجه ايضا الى دراسة تأثير أنماط القيم، والمشاركات والادوار الاجتماعية، فى توجيه الافراد الى ما يرونه أو يشاهدونه.

وهذا الاتجاه ساهم فى تقديم التفسيرات الخاصة بالاتصال الجماهيرى، فى اطار علاقة الفرد ببيئته، وتفسير الاثر فى اطار الدور الذى تقوم به وسائل الاتصال الجماهيرى، مادام متفقاً مع العلاقات والاتجاهات الأكثر رضا للفرد فى علاقته بذاته

والعالم الذي يعيش فيه. (١٥)

وهذا الاتجاه الاجتماعى فى دراسة جمهور المتلقين يفيد فى تحقيق المطالب الأتية:

- دراسة السمات الاجتماعية لجمهور المتلقين، بغرض الكشف عنها وإتخاذها معيارا لتصنيف هذا الجمهور، والتعرف على السمات الشائعة، حتى يمكن البناء الامثلى لعناصر النموذج الاتصالى فى تحقيق أهدافه.

ذلك أن الفنان المبدع فى حاجة إلى رسم اطار الخبرة، ودلالة المعانى لدى الافراد المتلقين. حتى يمكن صياغة رموز العمل الفنى الجماهيرى بما يتفق مع هذا الاطار، الذى تسهم فى تحديده الخصائص والسمات الاجتماعية اكثر مما ترسمه الخصائص والسمات العامة أو الاولى كالعمر أو التعليم أو الحالة الاقتصادية، وإن كانت الاخيرة يمكن أن تشير الى اطار الدلالة أو الخبرة ايضا فى علاقاتها بالخصائص والسمات الاجتماعية، حيث ثبت أن الافراد الذين يتوحدون فى هذه السمات العامة والأولية غالبا ما يتوحدون ايضا فى الدور أو المركز الاجتماعى، الذى يسهم بالتالى فى رسم اطار الدلالة والخبرة المكتسبة. التى تؤثر فى إدراكه للرموز الاتصالية وتفسيره لها.

ويعتبر اطار الخبرة ودلالة المعانى مدخلا للصياغة السليمة لرموز العمل الفنى الجماهيرى التى تقوم بدورها فى رسم حدود النجاح أو الفشل فى قبول هذا العمل. بناء على نموذج الاتصال الذى قدمه ويلبورشرام وأهتم فيه بإطار الخبرة المشتركة بين كل من المرسل أو القائم بالاتصال، والمتلقى أو المستقبل، هذا الاطار الذى يتجسد فى اختيار الفنان للرموز التى يمكن أن يدركها المتلقى بنفس المعنى أو الدلالة التى

يستهدفها الفنان فى صياغته للعمل الفنى الجماهيرى.

- ومن جانب آخر فإن هذه السمات أو الخصائص الاجتماعية هى التى تحدد الى مدى بعيد إتجاه السلوك الاجتماعى للفرد الذى يتأثر بمعايير المجتمع وجماعات الإلتواء وإطارها المرجعى. ويؤثر بالتالى فى السلوك الاتصالى للفرد، أحد مظاهر السلوك الاجتماعى.

وعلى هذا فإن التعرف على هذه السمات أو الخصائص الاجتماعية يساعد الفنان المبدع على رسم التوقعات الخاصة بسلوك الافراد المتلقين نحو الاعمال الفنية الجماهيرية وكذلك تفسير السلوك فى علاقته بهذه الاعمال.

وغياب هذه المطالب أو وجودها هو الذى يفسر الى حد بعيد، فشل الاعمال الفنية الجماهيرية أو نجاحها، والذى يحدد قبول جمهور المتلقين لهذه الاعمال أو رفضها لعدم اتفاق هذه الاعمال أو رموزها مع حاجات جمهور المتلقين وإطار خبراته وتجربته التى يكتسبها بتأثير الخصائص والسمات الاجتماعية لافراد هذا الجمهور.

ولذلك فإن الدراسات السابقة للكشف عن الخصائص الاجتماعية لجمهور المتلقين، وتصنيفه فى فئات، هذه الدراسات تضع أمام الفنان المبدع صورة اجتماعية لهذا الجمهور تجعله يربط بينها وبين أهداف العمل الفنى ورموزه، وكذلك تجعله يتوقع مسبقا باتجاهات السلوك الاتصالى نحو هذه الاعمال عند عرضها، فيضع بذلك أولى دعومات النجاح والقبول لهذه الأعمال.

وعلى الرغم من تعدد السمات الاجتماعية التى تخضع للدراسة فى مجال علوم

الاجتماع، وعلم النفس الاجتماعي، والاتصال، فإننا نرى أن أهم السمات الجديرة بالدراسة هي السمات ذات العلاقة بالسلوك الاتصالي مع وسائل الاتصال الجماهيري. وأهمها ما يلي:

- العزلة والإنتماء الاجتماعي - Loneliness and social be-longingness

ففى حالة غياب الانتماء الاجتماعى بين افراد الجمهور، يصعب على القائم بالاتصال توقع سلوك أو رد فعل أفراد الجمهور المنعزلين، لأن سلوكهم فى هذه الحالة - حالة العزلة - سوف يتمثل فى سلوك الحشد crowd الذى يصعب احتواؤه فى اطار المعايير العامة للمجتمع، والقواعد الاجرائية للسلوك المنظم، حيث يحدد الافراد المعزولون الذين يميزون الحشد، إهتمامهم بسرعة دون الحاجة إلى الأدلة المرتبطة بالتفاعل القائم على التفكير بين الافراد، وأهم ما يميز سلوك الحشد، أنه لا يعتمد على التواصل بين الافراد، ويتم بغفوية دون الاعتماد على المنطق، ويتميز بميكانيكية النقل بين افرادہ. (١٦)

بينما يساعد الانتماء الاجتماعى على تنميط السلوك الاتصالي فى اطار السمات المميزة لجماعات الانتماء، وبالتالي سهولة التخطيط له وتوقع اتجاهاته.

وقد اكدت البحوث والدراسات الخاصة بجمهور المتلقين على العلاقة بين الانتماء والسلوك الاتصالي، حيث اشارت على سبيل المثال - كما سبق أن رأينا - إلى أن الذهاب الى السينما عادة ما يتم فى جماعات، وأن التليفزيون يشاهد كثيرا بجماعات

العائلة التي كثيرا ما تتفاعل افرادها مع بعضهم بطريقة أو أخرى خلال عرض مفرداته.

جماعات الانتماء membership groups

ينتمي الفرد إلى جماعات عديدة بطريقة جبرية أو إختيارية، فهو عضو في الجماعات الديموغرافية أو السكانية جبريا من خلال تصنيفه في إحدى الفئات الخاصة بالسمات السكانية مثل السن والنوع والاصول العرقية... إلى أخره.

وينتمي أيضا خلال تاريخ حياته إلى جماعات أخرى بطريقة اختيارية يتألف معها، مثل الجماعات التعليمية، الجماعات الاجتماعية، الجماعات الوظيفية والتنظيمات السياسية، ويوصف الفرد من خلال مفهوم كل الجماعات التي ينتمي إليها، ويترتب على ذلك وجود العديد من الافراد يحملون نفس الصفات التي يستهدفها القائم بالاتصال (١٧)

وتعتبر جماعة الانتماء، هي الجماعة المرجعية reference groups التي يشارك الفرد اعضاءها في الدوافع، والميول والاتجاهات، ويتمثل قيمهم ومعاييرهم في سلوكه الاجتماعي. وعندما تمتلك وسائل الاتصال الجماهيري أو القائم بالاتصال فيها المعلومات الاساسية حول الجماعات المرجعية لافراد الجمهور المستهدف، فإنه يسهل التخطيط للأعمال وصياغة الرسائل على أساس سليم، خاصة أن هذه الجماعات تقرر أنماط السلوك والمعتقدات لأعضائها، ويصبح بالتالي من السهولة استشارة الأفراد إلى السلوك المستهدف من خلال هذه المعلومات. (١٨)

والجماعات المرجعية إما أن تكون الجماعات التي ينتمي إليها الفرد فعلا، أو لا

يكون عضوا فيها، ولكنه يتخذها نمطا لاتخاذ أحكامه وسلوكه.

وهى إما جماعات موجبة يطمح الفرد فى الانتماء إليها، أو سالبة يرفضها. وعلى الرغم مما يثيره هذا التقسيم حول عدم الحاجة إلى دراسة الجماعات التى لا ينتمى إليها الفرد، أو السالبة التى يرفضها، مع موضوعية مطلب دراسة جماعة الانتماء الموجبة. إلا أننا نرى أنه فى تخطيط السياسات الاعلامية، وصياغة الرسائل الاتقاعية، نجد أن إدراك القائم بالاتصال لأنماط هذه الجماعات يضع حدودا لهذه الرسائل ويقدم بعدا فى استمالة الفرد. ذلك أن رفض قيم ومعايير الجماعات المرفوضة يكون مدخلا اقناعيا سليما لاستمالة الفرد العضو فى جماعة الانتماء، الموجبة، أو فى تلك التى لا ينتمى إليها ويرجع إليها فى تقدير أحكامه وسلوكه.

وهناك أيضا الجماعات ذات المصلحة interest groups التى تميل إلى رؤية كل الاحداث وتفسيرها فى إطار مفهومها الضمنى لاهتمامها المشترك الذى تجمعت حوله. وهذه الجماعات تجذب كثيرا من الأفراد إلى صفوفها، يؤمنون بمعتقداتها وأفكارها واتجاهاتها، وتطبع سلوك الأفراد الذين ينتمون إليها بما يحقق ترويج وجهات نظر وارا، المنتجين وبرامجهم. الذين يشكلون أعلى قمة فى تنظيم هذه الجماعات والذى يتكون من المنتجين ثم الموزعين ثم المستهلكين لهذه الافكار والاراء والبرامج. وهذا التنظيم يعكس البناء الاجتماعى لهذه الجماعات.

والبناء الاجتماعى فى مثل هذه الجماعات يقوم بدور كبير فى تسهيل عملية الاقناع، وتنميط السلوك خلال قنوات الاتصال، للوصول الى الجماهير العامة التى تؤمن بأفكار

هذه الجماعات واتجاهاتها.

ويرتبط بتحديد جماعات الانتماء، درجة الانتماء الى هذه الجماعات، ذلك أن مجرد الانتماء، في حد ذاته ليس كافيا، ولكن الانتماء يجب أن يكون مصحوبا بالتفاعل النشط داخل هذه الجماعات، الذي يؤخذ في الاعتبار عند صياغة الرسائل الاتصالية. نظرا لتأثير هذه الجماعات وأفكارها وإتجاهاتها على ادراك وتفسير الفرد لهذه الرسائل.

وبالإضافة إلى ضرورة التعرف على جماعات الانتماء، ودرجة الانتماء إليها والتمسك بها، يضاف الى ذلك ايضا ضرورة التعرف على نمط التفاعل الاجتماعي السائد داخل الجماعات، والذي يعكس درجة التماسك والاتصال داخل الجماعة، ومستوى انتقال المعرفة بين اعضائها وقبولهم لمعاييرها أو رفضهم لها. ويشير نمط التفاعل الاجتماعي إلى اتجاهات التأثير المتبادل بين الافراد، وتأثير رأي الاغلبية واتجاهات السلوك نحو الافراد وبعضهم، وبالتالي تأثير ذلك على السلوك الاتصالي نحو وسائل الاتصال الجماهيري وما تقدمه من اعمال أو مفردات أو رسائل اتصالية.

الأطر المرجعية والمعايير الثقافية السائدة: Frame of referenc-

es and cultural norms

يكتسب الفرد بصفته عضوا في جماعات متعددة جبريا أو اختياريا خلال مراحل النمو في حياته، العديد من المعارف والخبرات والمهارات، نتيجة تفاعله واتصاله مع الآخرين سواء في جماعات الانتماء أو الجماعات المرجعية أو خارجها. وهذه المكتسبات تشكل له أحكاما مسبقة ومقاييس أو قواعد نمطية. تصبح إطارا يرجع إليه الفرد في

ادراكه واتجاهاته وسلوكه الاجتماعى.

وتعتبر المعايير الاجتماعية أيضا من أهم الأسس فى بناء هذا الاطار المرجعى،
والتي تضم عددا كبيرا من نتائج التواصل الاجتماعى بين الاجيال السابقة والحاضرة،
وتواصلها مع غيرها من الشعوب والثقافات فتشمل التعاليم الدينية والاخلاقية والقيم
والاعراف والعادات والتقاليد السائدة... إلى آخره. من الأمور التي استقر المجتمع أو
الجماعة على قبولها فى تحديد ما هو مقبول أو مرفوض اجتماعيا، ويرجع إليها الفرد
فى سلوكه الاجتماعى.

وهذه المعايير هى التي تتخذ أساسا فى تعريف الثقافة الخاصة بالمجتمعات، وتعتبر
هى ذاتها المعايير الثقافية التي تشمل فيما تشمل المعانى والقيم التي تميز الجماعات
والمجتمعات خلال مراحلها التاريخية. (١٩)

وتعتبر نظرية المعايير الثقافية أحد الأدلة الأساسية فى عملية التأثير، وتقوم على
أساس ارتباط ما تقدمه وسائل الاتصال الجماهيرى وما تؤكد عليه بالمعايير الثقافية
السائدة، أو النماذج التي يلتزم بها جمهور المتلقين لموضوع معين أو مركز معين. وذلك
لأن السلوك الفردى أيضا يسترشد عادة بهذه المعايير أو النماذج. ومن هنا يتضح
إتجاه كل من وسائل الاتصال الجماهيرى والجمهور إلى تبني الموضوعات والأفكار
التي ترتبط بهذه المعايير. (٢٠) وتظهر أهمية معرفة الفنان المبدع للمعايير الثقافية
السائدة، فى كونها مرشدا فى صياغة العمل الفنى الجماهيرى، واختيار رموز ودلالات
المعانى التي يحتويها، وذلك حتى يحقق الاثر المطلوب لارتباط ادراك الفرد لرموز العمل

ودلالته بالأطر المرجعية بصفة عامة والمعايير الثقافية بصفة خاصة.

كما أن ادراك المعايير الثقافية والتمسك بها يقدم دليلا على الانتماء الاجتماعى للفرد وعدم العزلة. وبالتالي توافر مقومات الجمهور المتلقى المتفاعل والنشط فى هذا الفرد، بينما يعتبر عدم ادراكها أو رفضها دليلا على العزلة التى تؤثر فى السلوك الاتصالي، ودوافعه.

ومن المعروف أن هذه المعايير ليست ثابتة ولكنها تتعرض للتغيير نتيجة تواصل المجتمع وأفراده مع المجتمعات والثقافات الأخرى، ونتيجة تغير الظروف السياسية والاجتماعية والاقتصادية التى تعكس معايير جديدة ترتبط بهذه التغيرات.

ولذلك يعتبر الكشف عن التغير الثقافى culture change مطلبا أساسيا، لأن هناك بعض الأفراد الذين سيكون لديهم الاستعداد لقبول المعايير الثقافية الجديدة. بما يقتضى معرفة حجم هؤلاء الافراد فى المجتمع، والتغيرات التى شملت معايير الثقافية. والأطر المرجعية هى الكل الذى يشمل كافة المتغيرات التى رجع اليها الفرد فى بناء احكامه، وسلوكه ومنها الجماعات المرجعية ومعاييرها، والمتغيرات الخاصة بالعوامل او السمات العامة او السكانية.

وكذلك المعايير الثقافية التى يتبناها الفرد والجماعة فى الحكم على الاشخاص والاشياء والمواقف. فى اطار مفهوم القيم Values التى يكتسبها الفرد، ويضمها الى اطاره المرجعى فى الحكم والسلوك.

ويصبح تصنيف المعايير الثقافية الى فئات فى اطار تصنيف القيم السائدة هو

أقرب التصنيفات ذات العلاقة بمخرجات الاتصال الجماهيري. وهذا التصنيف يرتبط باتجاهات الفرد أو الجماعة في الحكم على الأشياء والمعاني وأوجه النشاط الانساني والتي تجعله يتبنى نمطا أو انماطا معينة من هذه المعايير.

ويتفق هذا التصنيف مع الاتجاهات الاساسية للتعريف الذي ساقه ادوارد تيلور. E. Taylor في البدايات المبكرة. والذي يعتبر أساسا للعديد من التعاريف المستخدمة لمفهوم الثقافة والحضارة، والتي تركز على المفهوم الوصفي لعناصر الثقافة التي تشمل المعارف والمعتقدات والعادات والمهارات والاخلاقيات والقانون، وأي قدرات أخرى أو سلوكيات يكتسبها الفرد بصفته عضوا في المجتمع.

ويتفق أيضا مع الاتجاهات الاساسية لكل من نظرية الانماط الثقافية pattern theory of culture التي تهتم بالتركيز على العناصر الظاهرة والخفية للسلوك ومصادره المكتسبة والمتوارثة، التي تحدد النمط الثقافي للجماعات والمجتمعات ونظرية البناء الاجتماعي social structure التي تهتم بنظم العلاقات الاجتماعية والتي تشمل تواصل الجماعات الاجتماعية وتباين الطبقات والنظم الاجتماعية. ولا تنظر الى العناصر الثقافية كعناصر مجردة، ولكن في اطار علاقتها المباشرة وغير المباشرة بالبناء الاجتماعي، وكذلك في كونها مرجعا يعتمد عليه أو يؤثر في العلاقات بين الأفراد والجماعات. (٢١)

وبناء على ذلك يمكن تصنيف المعايير الثقافية الى فئات كالآتي:

١- الاتجاه العلمي: وهو الذي يحكم على الأشخاص والأشياء والمعاني وأوجه

النشاط الإنسانى فى إطار القوانين والنظريات والعلاقات العلمية، ويصبح الإطار المعرفى هو الأساس فى النظر إلى القيمة من خلال هذا الاتجاه. ولذلك فإن أصحاب هذا الاتجاه متأثرون فى قبول أو رفض الأعمال الفنية بمعيار الاتفاق أو الاختلاف مع المعايير العلمية. وكذلك بقيمة ما يضيفه العمل إلى المعرفة الإنسانية. ويتأثر هذا الاتجاه بمستوى التحصيل العلمى المنظم، وكذلك بسعة الإطلاع على العلوم والثقافات المختلفة.

٢- الاتجاه المادى أو العلمى: والذى يصدر أحكامه فى إطار المنفعة المباشرة والعائد المادى، وكذلك بمفهوم الجزاء المباشر للسلوك الاتصالي، مثل الحصول على المعرفة المتخصصة التى تفيد الفرد فى اتخاذ قراراته اليومية.

٣- الاتجاه المعنوى: وهذا الاتجاه عكس الاتجاه السابق تماماً، حيث تتأثر أحكامه بالمنفعة أو العائد المعنوى الذى يتمثل فى التوافق والانسجام والاشباع الوجدانى والعاطفى، ويتركز إهتمام أصحاب هذا الاتجاه حول مصادر التوافق والاشباع الوجدانى، مثل الجمال والابداع الإنسانى الذى يكون مصدره الفن. والمعايير السائدة فى هذا الاتجاه هى المعانى والرموز التى تدعم الحب والخير والسلام والاخوة والتعاضف والمودة والألفة، وغيرها من المعانى والرموز الإيجابية فى العلاقات الإنسانية فى إطارها المعنوى.

٤- الاتجاه الاجتماعى: ويرتبط بإطار الأحكام التى تتوارثها الجماعات والمجتمعات لتمط سائد للتقاليد والأعراف والعادات التى تحكم علاقة الفرد بغيره داخل

الجماعات بأنواعها المختلفة، مثل العلاقات داخل الأسرة، أو الجيران أو الاصدقاء،

وهذا التصنيف لا يقدم حدودا كاملة بين هذه الفئات لاحتمال تداخل الفئات بعضها مع بعض عند الأفراد . ولكن اختيارها قد يشير إلى سيادة إتجاه معين فى التمسك بأنماط معينة من المعايير الثقافية والتي يمكن اتخاذها أساسا للتفسير فى العلاقات والسلوك الاتصالى.

وفى إطار علاقة جمهور المتلقين بوسائل الاتصال الجماهيرى قدم جون ميلر J. Miller تقسيما لهذا الجمهور، يقترب من نتائج التصنيف السابق، ويقوم على الاتجاهات الاساسية فى تبنى نمط المعايير الثقافية. (٢٢)

- الجمهور الأمل illiterate

وهذا الجزء من الجمهور ممن يقرأون ويكتبون، ولكنهم لا يميلون الى ذلك، ولاؤه لوسائل الاتصال الجماهيرى ذاتيا، يبحث عن الترفيه والاثارة. ليس صاحب اتجاهات فكرية، غالبا ما يبحث عن الرضا الوقتى أو اللحظى momentary satisfaction كسول، يميل إلى المشاهدة فقط وليس الى القراءة، ترضيه الصور السطحية للمجتمع دون حاجة إلى التفسير أو فهم الاحداث أو الاراء. وبالتالي لا يميل الى التعرض الى الاعمال الفنية التى تدفعه الى ذلك. بهتم فقط بدوافعه الخاصة للهروب من روتين الحياة، غالبا ما تكون الحالة الاجتماعية والاقتصادية لهذا الجمهور متدنية، أو فى أسفل الطبقة الوسطى.

- الجمهور النفى أو المادى، العلمى practical, pragmatistic

يعمل هؤلاء، الى الاندماج فى الية المجتمع، مشاركون، ملون الى التنظيمات، من اصحاب الهوايات، يتعرضون الى وسائل الاتصال الجماهيري، يرغبون فى الارتفاع بمستواهم وزيادة دخولهم، يهتمون كثيرا بالمركز أو المنزلة التى تمثلها الملكية المادية، ولذلك يهتمون بتراكم الثروات والمكيات وهذا يدفعهم إلى ان يكونوا عملاء للرسالة الاتصالية.

ونظرا أنهم يريدون التقدم بصفة مستمرة، فإنهم يتعرضون الى وسائل الاتصال الجماهيري بالنظام التعرف على كفة الوصول الى المقدمة، ويبحثون عن المعرفة التى تساعدهم على التقدم وتجعلهم متميزين بين الآخرين، ولذلك فهم يملكون السبب العلمى لعاداتهم الاتصالية، ويتميزون بأنهم عمليون واجتماعيون ومقتنعون بتقدمهم، يتعالمون بدون مبرر على من هم أدنى منهم، وهم يشبهون الأميين كثيرا فى أنهم لا يميلون الى التفكير، ولا إلى الافكار، ويميلون باتجاهاتهم إلى الاشياء المادية. وإلى فلسفة الاشياء والتحليل الدقيق. وغالبا ما يتجهون الى المحتوى الجاد لانهم يتوقعون أن يعرفوا شيئا حول اهتماماتهم، يظهرون اهتمامهم بالارا، والافكار كمظهر فقط، لانهم يشعرون ان ذلك ينفعهم فى الاجل الطويل، أو لأسباب عملية جدا.

٢- الفكرى intellectuale

وكونون أقل نسبة من جمهور وسائل الاتصال الجماهيري، يهتمون بالارا، ووجهات النظر والمشكلات الفلسفية والمفاهيم والاحداث الفنية والجمالية ولا يهتمون بالماديات

وترفعون عنها، مفكرون مبدعون، وهذا الجزء من الجمهور ليس معارضا للحياة الاجتماعية، كما انه ليس اجتماعيا، يتركز حول ذاته، يبحث عن الصحة ولكنه ضد مفهوم الجمهور العام general puplies ديكتاتور فى إتجاهاته الاساسية رغم انه يذكر ذلك يعتبر نفسه من الصفوة. يبحث عن المجتمع الافضل من خلال الامتعامات النظرية، أقل اهتماما بوسائل الاتصال الجماهيرى لانه لا يهتم بالمجتمع الجماهيرى. وهذه الوسائل من وجهة نظره تستهدف السطحية بسبب انخفاض مستواها، لانها تعضى الجماهير العامة ما ظهر انها تريده، ولا تستهدف الارتفاع بها.

ويلاحظ فى عرضنا للخصائص والسمات الاجتماعية أنها شديدة الارتباط ببعضها، بحيث يكفى معرفة احداها للاستدلال حول باقى الخصائص والسمات ووصف جمهور المتلقين والتعرف عليه، ليكون هذا الوصف مدخلا الى صياغة الاعمال الفنية الجماهيرية وانتقاء رموزها الاتصالية التى تتفق مع هذه الخصائص والسمات، وبالتالي مؤشرا لنجاح العمل الفنى الجماهيرى وقبول جمهور المتلقين له، مادام قد جاء متفقا مع معطيات هذه الخصائص والسمات الاجتماعية متى سادت فى وصف المجتمع أو فئة من فئاته يستهدفها الفنان المبدع بصياغة العمل الفنى واختيار رموزه.

تأثير

النظم الاجتماعية

من الحقائق العلمية أن نشأة وسائل الاتصال الجماهيرى وتطورها، جاءت ملبية لعدد من الحقائق التى تميز المحددات الأساسية للمجتمعات وتطورها. وعلى سبيل

المثال نجد أن تطور الصحافة و ظهور صحافة الراى قد ارتبط بالحقائق التاريخية الخاصة بنمو الراى العام الجماهيرى ودعم المشاركة الشعبية فى نظم الحكم، كما ارتبط ظهور الصحف المركزية والاقليمية بالحقائق الجغرافية للمجتمعات، وكذلك تم تمييز الصحف الشعبية عن الصحف المحافظة فى اطار العلاقة بين الخصائص الديموغرافية للشعوب،. وكذلك تم اختراع الراديو والتليفزيون لتحديد من تأثير المسافات والمساحات الجغرافية على نشر الأفكار والراى والتواصل بين المجتمعات. وبالمثل كان الفصل بين الأعمال الفنية الجماهيرية ذات الذوق المرتفع، والذوق المنخفض بتأثير الخصائص الديموغرافية أيضا للشعوب والمجتمعات، التى فرضت سيادة نوع معين من الأعمال على الأخرى لتلبية لفتات الجماهير التى ارتبطت بها هذه الأعمال فى مرحلة من المراحل.

ولذلك فإنه لا يمكن عزل وسائل الاتصال الجماهيرى وما تقدمه من أعمال عن خصائص وسمات المجتمع الذى تعمل فى إطار نسقه العام. خاصة وأن وسائل الاتصال الجماهيرى تنشأ وتتطور بتأثير عدد من الحاجات يتصدرها الحاجات الاجتماعية. وهذا المبدأ هو الذى يقصر تقديم وسائل الاتصال الجماهيرى لمحتوى معين فى مرحلة معينة من مراحل نمو المجتمعات، وعلاقة هذه المرحلة بطبيعة النظام الاجتماعى السائد فيها.

وفى اطار تأثير النظم الاجتماعية على وسائل الاتصال الجماهيرى قدم ميلفن ديفليور M. Defleur نظريته عن وسائل الاتصال الجماهيرى التى تدور فى اتجاهين

رئيسين.

الأول: اعتبار وسائل الاتصال الجماهيرى نظما اجتماعية. ذات محددات خاصة بها، وتقوم بتحقيق عدد من الوظائف التى تسهم فى استمرار هذه النظم وبقائها. (٢٣)

الثاني: التأثير المتبادل بين نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم الاجتماعية وبينهما وبين جمهور المتلقين باعتباره أحد عناصر نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم الاجتماعية. (٢٤)

أولا: وسائل الاتصال الجماهيرى كنظم اجتماعية. ويقوم النظام على توزيع الأدوار بين عناصره بناء على أنماط معينة، تستقر تباعا حتى تصبح محددات لهذا النظام، ويبنى الغير توقعاته للسلوك أو النتائج بناء على هذه الأنماط المستقرة، وهذه الأدوار والسلوك المتوقع يرتبط أساسا بالقيم والأطوار الثقافى المشترك الذى يجتمع حوله النظام متأثرا بالرموز أو الأفكار التى تسهم فى تحقيق وظائفه.

وبذلك فإن النظام الثقافى والاجتماعى ونظم الشخصية للقائمين بالأدوار داخل النظام توفر تفسيرات صادقة لحركة هذا النظام. نظرا لاستقرار السلوك الذى يسهم فى وصف النظام وعناصره، ويسهم أيضا فى استقراره داخل المجتمع.

ولا يشترط أن تكون عناصر هذا النظام هى عبارة عن أفراد فقط، ولكنها يمكن أن تكون نظما فرعية، تسهم بسلوكها وحركتها فى استقرار هذا النظام.

ولو أننا طبقنا هذا المفهوم على المؤسسات التى تقوم بإنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية لوجدنا أن عناصرها - بوصفها نظاما اجتماعيا - تتكون من

عناصر التمويل، وعناصر الانتاج، وعناصر التوزيع على سبيل المثال. وكل من هذه العناصر سوف تعمل وفق سلوك نمطي يتأثر بالاطار الثقافي والاجتماعى الذى يحكم حركة هذه العناصر فى مرحلة معينة، وهذا السلوك الذى يتوقعه الآخرون نتيجة تحليل العلاقة بين النظم الفرعية ومخرجاتها فى الاطار الاجتماعى العام هو الذى يوفر استقرار النظام واستمراره فى تحقيق وظائفه فى المجتمع.

وهذه العناصر تستهدف فى تعاونها عنصرا آخر من عناصر هذا النظام، وهو جمهور الملقين الذى يستجيب الى مخرجات هذا النظام وفق تأثير عدد من المتغيرات، يتصدرها الاختلافات الفردية، والفئات الاجتماعية والعلاقات الاجتماعية، التى تؤثر فى استجابته الى نوع معين من الاعمال الفنية الجماهيرية، يتفق وهذه المتغيرات وتبدأ حركة النظام فى دراسة الخصائص والسمات العامة والاجتماعية لفئات الجمهور التى يستهدفها النظام ككل، لأنها ستشكل المصدر الاساسى لعائد العرض الجماهيرى للعمل الفنى.

والمول، والموزع من جانبهما - كعناصر فرعية فى النظام - لن يخاطرا بتقديم الدعم المالى الى اعمال لا تحقق اهتماما كبيرا من جانب جمهور الملقين الذى يشكل المصدر الاساسى لتوفير الضمان المادى لدورة رأس المال وتحقيق العائد المجرى. ونتيجة لذلك فإن عنصر الانتاج وفريق العمل، الذى يعتمد فى تنفيذ اعماله على الدعم المالى للممول او الموزع، سوف يقبل اتجاهات الاخير فى اختيار الاعمال التى يراها من وجهة نظره تحقق اهتماما اكبر من جانب جمهور الملقين الذى يمثل العنصر الاساسى فى

توفير الدعم المالى لاستمرار العمل داخل نظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية. وبذلك فإن الممول او الموزع بداية يحدد قبوله لدعم الاعمال الفنية الجماهيرية، بناء على توقعاته لاستجابة الجمهور إلى هذه الاعمال، والتي تتأثر بداية بالخصائص والسمات العامة لهذا الجمهور بجانب خصائصه وسماته الاجتماعية.

ولذلك يمكن أن نفسر الاثر الذى احدثه انتشار التليفزيون على صناعة السينما فى البداية، نتيجة انصراف قطاع كبير من جمهور المشاهدين عنها الى هذا الاختراع الجديد وقتئذ. حتى اننا يمكن ان نقول إنه قد احدث تمزقا فى نظام الانتاج السينمائى لفترة حتى استبعاد النظام توازنه فى استمالة جمهور المشاهدين مرة اخرى بشكل مباشر أو غير مباشر. أو لدخول التليفزيون نفسه كعنصر من عناصر النظام فى تمويل ودعم الاعمال السينمائية وعرضها من خلاله.

وهذا الاتجاه فى النظر الى السينما - على سبيل المثال - والمسرح ايضا، كنظام اجتماعى يفسر الاتجاه الى تقديم الاعمال الهابطة والمتدنية فى الذوق العام، التى تخاطب رغبات السواد الاعظم من الجمهور الذى يستجيب لهذه الاعمال متأثرا بالخصائص والسمات الاجتماعية ويتصدرها الاطار الثقافى ونمط المعايير الثقافية السائدة لدى هذا الجمهور، حيث أن هذا الجمهور هو الذى يمثل مصدر الدعم المالى الأساسى الذى يحافظ على ضمان استعادة الاموال المستثمرة فى انتاج هذه الاعمال بجانب العائد المادى الجزئى الذى يتحقق نتيجة هذا الاستثمار. وبذلك فإن تقديم هذه الاعمال ذات المحتوى الهابط هو الذى يحافظ على استقرار

هذا النظام وتوازنه، ما دامت النظرة الأساسية الى هذا النظام يحكمها الفكر الاقتصادي البحت الذى يدور حول تحقيق دوران رأسمال وتحقيق العائد المجرى، وليس الفكر الاجتماعى الذى يهتم بتحقيق العائد المعنوى الذى يتمثل فى تلبية الحاجات الاجتماعية للمجتمع وأهدافه.

وهذا التفسير لا يعتبر تعميما ينطبق على كل المراحل او المجتمعات، ولكنه ينطبق بالدرجة على المجتمعات التى تسود فيها الثقافة المادية والمراحل التى تتميز بسيادة هذه الثقافة، وعلى الجانب الآخر تعتبر الأجهزة التشريعية والتنفيذية ذات العلاقة بنظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية من عناصر هذا النظام ايضا، تتدخل فى حركته ايضا من خلال الضوابط او القيود أو اتجاهات الدعم المختلفة، التى تسهم من وجهة نظرنا فى استقرار هذا النظام واستمراره، وتضع ايضا فى اعتبارها الجمهور بخصائصه العامة والاجتماعية بجانب الحاجات والاهداف الاجتماعية.

وبذلك فإنه فى أى من النظم المختلفة، يعتبر جمهور المتلقين للاعمال الفنية الجماهيرية العنصر الاساسى الذى يحافظ على استقرار النظام واستمراره فى اداء دوره باستجابته الى الاعمال التى تتفق ورويته فى ترتيب حاجاته واهتماماته الخاصة بالاقبال أو العزوف عن هذه الاعمال بتأثير خصائصه وسماته العامة والاجتماعية واطار معايير الاجتماعية والثقافية.

وتصبح خصائص نظام انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية جزءا من اجزاء النظام الثقافى السائد، المميز لثقافة المجتمع فى مرحلة من مراحله.

ثانيا: التأثير المتبادل بين نظم وسائل الاتصال الجماهيرى، والنظم

الاجتماعية، وجمهور المتلقين:

كما تتأثر نظم وسائل الاتصال الجماهيرى فى صياغة رسائلها الاتصالية، وتحديد اهدافها بخصائص جمهور المتلقين ودرجة اعتماده عليها. فإنها فى نفس الوقت تؤثر فى هذا الجمهور بدورها فى دعم المعرفة والمشاعر الوجدانية والسلوك الاجتماعى لهذا الجمهور، عندما تصبح وسائل الاتصال الجماهيرى مصدرا اساسيا من مصادر المعرفة بالنسبة له.

وفى نفس الوقت فإن النظم الاجتماعية السائدة فى المجتمع (سياسية/اقتصادية/اجتماعية) كما تتأثر ايضا بخصائص افراد المجتمع - الذين يشكلون جمهور المتلقين بالنسبة لوسائل الاتصال الجماهيرى - فإنها ايضا تستهدف هؤلاء الافراد بدورها فى تحقيق التآلف مع هذه النظم والتوحد مع اتجاهاتها واهدافها. وتستخدم فى نفس الوقت وسائل الاتصال الجماهيرى فى تحقيق هذه الوظائف والادوار.

وبذلك تلتقى كل من نظم وسائل الاتصال الجماهيرى والنظم الاجتماعية فى اتجاهها نحو افراد المجتمع، متأثرين بهم ومؤثرين فيهم فى نفس الوقت. وفى نفس الوقت ايضا فإن خصائص نظم وسائل الاتصال الجماهيرى (البناء والاهداف) ووظائفها، وسياساتها الاتصالية، تتأثر ايضا بالنظم الاجتماعية السائدة فى المجتمع. بتأثير السياق الاجتماعى الكلى. الذى يشمل:

- البناء الثقافي: الاساس المادى / الرموز / القيم / الاعراف.

- التفاعل الاجتماعى: الاتفاق/ الصراع/ التكيف/ التغير.

- البناء الاجتماعى: الجماعات/ الانوار/ المعايير/ الضبط الاجتماعى/ المراكز.

وتقوم وسائل الاتصال الجماهيرى بصياغة رسائلها الى جمهور المتلقين والتي تستهدف تشكيل الحقائق الاجتماعية، وتعتمد فى تحقيق تأثيراتها المعرفية والوجدانية والسلوكية على مدى اعتماد هذا الجمهور على وسائل الاتصال الجماهيرى.

هذه التأثيرات التى تنعكس بعد ذلك على خصائص جمهور المتلقين، العامة والاجتماعية، وحاجاتهم الاتصالية، وتنعكس ايضا على اطار السياق الاجتماعى وتشكيل الحقائق الاجتماعية التى تميزه عن غيره فى المجتمعات الاخرى.

وبذلك نلاحظ دائرية العلاقة والتأثير بين العناصر الثلاثة فى السياق الاجتماعى الكلى، والتى تشمل كل من النظم الاجتماعية ونظم وسائل الاتصال الجماهيرى وكذلك افراد المجتمع بوصفهم أعضاء فيه من جانب، وبوصفهم أعضاء فى جمهور المتلقين لخرجات وسائل الاتصال الجماهيرى من جانب اخر.

وكما سبق ان اوضحنا فإن الاعمال الفنية الجماهيرية بوصفها مخرجات نظم الانتاج الفنى الجماهيرى فى هذه الحالة تعتبر نقطة اللقاء الذى تلتقى عندها العلاقة بين هذه العناصر وبعضها.

ذلك ان نظم الانتاج الفنى فى هذه الحالة لن تتأثر فى صياغة رسائلها بنمط التوقعات الخاصة بجمهور المتلقين فقط، ولكنها سوف تتأثر ايضا ببناء هذه النظم

وأهدافها ووظائفها وسياساتها التي تتأثر بداية بالنظم الاجتماعية فى إطار السياق الاجتماعى الكلى، وتعود تأثيرات هذه الاعمال مرة أخرى الى جمهور المتلقين لتقوم بدورها فى دعم خصائص وسمات جمهور المتلقين وحاجاتهم الاتصالية من جانب، وإلى المجتمع الكلى من جانب آخر لتقوم بدورها أيضا فى دعم البناء الثقافى والاجتماعى وأنماط التفاعل الاجتماعى فى هذا المجتمع.

وتأثير النظم الاجتماعية بهذا الشكل يفسر الضرورات والضوابط الاجتماعية التي يعمل فى إطارها الفنان المبدع فى صياغته للاعمال الفنية الجماهيرية، ويفسر أيضا قبول أو رفض هذه الاعمال فى مجتمع ما، أو مرحلة من المراحل التاريخية لهذا المجتمع وتجب فى نفس الوقت على الكثير من التساؤلات الخاصة باتجاه المجتمع الى فرض الولاية على صياغة الاعمال الفنية الجماهيرية، بما تقوم به النظم السياسية من اجراءات أو ضوابط لتحديد مسار انتاج الاعمال الفنية الجماهيرية فى الاتجاهات التي تتفق ورؤيتها الى الحقائق الاجتماعية السائدة فى المجتمع وعلاقة النظم الاجتماعية المختلفة بأفراد هذا المجتمع. والأهداف التي تراها فى صالح دعم أفكارها وارتائها من استمرار نظم الانتاج الفنى الجماهيرية فى علاقتها بجمهور المتلقين الذين يمثلون أفراد هذا المجتمع بنظمه المختلفة.

هوامش

الفصل الرابع

١- تعتبر النظرية الاجتماعية أحد أربع نظريات للابداع الفنى خلال العصور المختلفة، وهى نظرية الالهام أو العبقرية أو الحدس، والتي ترى أن الوحي أو الالهام من عالم مثالى هو مصدر الفن. وكذلك النظرية العقلية التى تنتقد مدرسة الالهام وتذهب إلى القول بأن الابداع الفنى هو فى حقيقته جهد واع وتمثل ناقد وارادة بناء وليس للذاكرة أو الخيال فقط قدرة على انتاج أى عمل فنى، وبالإضافة الى النظرية الاجتماعية فإن المدرسة السيكلوجية والتحليل النفسى ترى أن الاعمال الفنية ليست سوى وسائل للتنفيس أو لاجداث التوازن النفسى عن رغبات الفنان المكبوتة.

راجع بالتفصيل:

محمد عزيز نظمى سالم: الابداع الفنى، الاسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة ١٩٨٥ ص.ص ٤٥-٥٠.

٢- يوسف مراد: علم النفس فى الفن والحياة، كتاب الهلال العدد ١٨٧ القاهرة: دار الهلال ١٩٦٦ ص.ص ٧٦-٧٧.

٣- صلاح رضا: ملاحم وقضايا فى الفن التشكيلى، سلسلة الألف كتاب (الثانى) القاهرة والهيئة المصرية العامة للكتاب ١٩٩٠ ص ١٠.

٤- الكسندر وروشكا: مرجع سابق - ص.ص ٣٦-٣٧.

٥- يتفق هذا التفسير مع مدخل «العملية الاجتماعية» social process الذى يتجه

إليه الكثير من علماء الاجتماع فى دراستهم للفرد والمجتمع فى علاقاتهم بالعملية الاجتماعية: راجع بالتفصيل:

George J. McGall and Simmons J.L., Social Psychology: A Sociological Approach., New York: The Free Press and Macmillan Publishing Company, Inc 1982 P.P 13-14.

7- John C. Merrill and Ralph L. Lowenstien., op., cit P.P 81-83.

٧ - راجع بالتفصيل:

- حامد زهران: علم النفس الاجتماعى ط٢، القاهرة: عالم الكتب ١٩٧٧ ص.ص ١٣٧ - ١٤٤.

- صفية مجدى: صورة المرأة فى السينما المصرية، وصف أشكال السلوك من خلال مفهوم الأدوار الاجتماعية، فى: الانسان المصرى على الشاشة: مجموعة أوراق، تقديم هاشم النحاس، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب، سلسلة الألف كتاب الثانى، ١٩٨٦ ص.ص ٣٦ - ٣٨.

8- Charles R. Wright., op.cit P.3.

٩- راجع بالتفصيل:

- Eliot Freidson "Communication Research and Concept of Mass" In: Wilbur Schram and Donald F-Roberts, (eds) op.cit P.P.201-205.

- Kathleen K.Reardon., Persuasion: Theory and Cntext.
California and London: SAGE. Publication, 1981, P.P
194-195.

10- Milvin L-Defleur and Sandra-Ball,Rokeach, Theo-
ries of Mass Communication., 3rd ed., New York, Long-
man 1975 P.122.

11- Ibid P.P.281.

12- Steven M.Chaffee, "the Interpersonal Context of
Mass Communication" In: Gerald Kline, and Phillip J.
Tehenor, (eds) Current Perspective in Mass Communica-
tion Research., London: Beverly Hills-SAGE Publica-
tion1972 P.98.

13- John R.Bittner op.cit p.347.

14- William J.McGuire, "Theoretical Foundation of
Campaigns" In: Ronald E.Rice and William J. Paisly, (eds)
Public Communication Campaigns., London: Beverly-
Hills - SAGE Publication 1981 P.45.

15- Dines. Mc Quil, Toward a Sociology of Mass Com-
munication., London: Collier. Macmillan Publishers, 1969.,

p.72.

16- Lowis A.Penner., Sociol Psychology: A Contemporary Approach., New York: Oxford University Press 1978, P.P 332-330.

17- Erwin P. Bettenghans., Persuasive Communication., New York: Holt, Rinehart and Winston Inc 1978 P.31.

18- Ibid., P.47.

19- James Curran, Mechael Gurevitch and Janet Wollacot., "the study of Media: Theoretical Approaches" In: Mechael Gurevitch, et al., (eds) culutre, Society and the Media., London: Methner 1982 P.27.

20- Denis Mc Quail, "The Influence and effect of Mass Media" In: Ibid., P.P 75-76.

21- David L.Sills (ed), International Encyclopedia of Social Sciences., New york: The Macmillon Company and Free Press, 1972. Vol 3 P.P 527-541.

22- John C.Merill and Ralph L. Lowenstein., op.cit P.P 110-116.

23- Melvin L. De Fleur and Sandra Ball-Rokeach., The-

ories of Mass Communication., 3rd edition., New York:

David McKay Company 1975., p.p 162-182.

24. Ibid., p.p. 261-279.

الفصل الخامس

الابعد النفسية للاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى

قدمنا فى الفصل السابق أن الاتصال فى مجالات الابداع الفنى الجماهيرى، لا يجب أن ينظر إليه بمعزل عن القوى المتعددة المؤثرة فى السلوك الإنسانى. والتي تتفاعل مع بعضها لاستكمال العملية الاتصالية والتي تتمثل فى الاستجابة المطلوبة الى العمل الفنى، ابتداء من المشاهدة والتذوق ثم الاستمتاع به من جانب جمهور المتلقين. ذلك أن سلوك التعرض إلى العمل الفنى - بالمشاهدة أو الاستماع أو كليهما معا - بجانب أنه يتأثر بمجموعة القوى الاجتماعية السابق ذكرها فى الفصل السابق. فإن هذا السلوك يتأثر أيضا بمجموعة من القوى والتأثيرات النفسية التى تؤثر فى عملية التعرض بصفة عامة. بحيث يمكن أن نصف سلوك التعرض بأنه سلوك انتقائي Se-lective exposure نتيجة لتأثير هذه القوى على اتخاذ القرار بالتعرض أو الامتناع عنه.

ولذلك فإننا يمكن أن نصف التعرض بأنه متغير تابع يتحرك بتأثير عدد من المتغيرات المستقلة التي تدفع بالفرد إلى سلوك التعرض أو تمنعه عنه. وهذه المتغيرات المستقلة هي محور إهتمام علم النفس، وعلم النفس الاجتماعى باعتبارها تقدم اجابة مقبولة عن الاسباب التى تجعل الفرد يشاهد أو يمتنع عن المشاهدة فى اطار العملية الاتصالية للعمل الفنى الجماهيرى. أو تجعله يدرك أو لا يدرك أهداف العمل ورموزه، أو تجعله يدرك هذه الاهداف والرموز فى اطار من تفاعل القوى التى اهتمت بها دراسات هذه العلوم.

وهذه القوى تتمثل فى التعليم والادراك والمعرفة والاتجاه والدوافع، وهى التى تؤثر فى سلوك الفرد واستجابته الى العمل الفنى الجماهيرى لاستكمال العملية الاتصالية. كما ان هذه القوى لا تعمل منعزلة، ولكنها تتفاعل مع بعضها فى تشكيل السلوك الانسانى بصفة عامة، وكذلك تتداخل فى بناء بعضها بحيث تؤثر كل منها فى وصف

الآخري وبنائها.

وتؤثر كلها بالتالى فى استجابة الفرد الى ما يتعرض له من مواقف أو موضوعات أو قضايا أو اعمال... إلى آخره، هذه الاستجابة التي تصف السلوك الإنسانى فى هذا المجال، ويعبر عنها فى السلوك الاتصالى بالتغذية العكسية feed|back السابق الاشارة اليها فى الفصل الأول من هذا الكتاب.

وإذا كان هناك عدد من النظريات التي قامت بدراسة السلوك الإنسانى فى الإطار الاجتماعى، فلنأخذ لا نجزم بإتفاق بينها، لأن كل منها تقدم رؤية مختلفة فى تفسير هذا السلوك (١)، والذي يمكن أن نستشهد به فى التعرف على سلوك التعرض نحو الاعمال الفنية الجماهيرية واتجاهات هذا التعرض

دور التعلم فى

الاستجابة والتفسير

تعتمد نظريات التعلم على ما اكتسبه الفرد من خبرات سابقة تجعله يستجيب بشكل معين، اذا ما تعرض لنفس المنبه. وتأتى هذه الاستجابة تلقائيا، أو تتم بصفة اعتيادية بوصفها رد فعل لمؤثر خارجى أو مجموعة من المؤثرات الخارجية. وبالتالي فإن هذه النظريات تفترض أن إعادة ما تعلمه الفرد بنفس الظروف التي تعلم فيها، سوف يؤدي الى نفس الاستجابة، فالسلوك طبقا لهذه النظريات قد تحول الى استجابة معتادة لمنبر أو مثير معين.

ويستفيد علماء النفس فى تفسير الاستجابات الى الأعمال الفنية بهذه النظريات فيما سمي بالنموذج الارتباطى - أحد أربعة نماذج أسفرت عنها تجارب التعرض إلى الأعمال الفنية - والنموذج الارتباطى يظهر عندما يثير العمل الفنى فى الشخص

التأمل زكريات وحوادث سبق أن شاهدها فيربط بينها وبين الأثر الفنى الذى يتعرض له، مستخدما فى حكمه التشبيهات، فتبعث فى نفسه الانفعالات التى كانت تصاحب زكرياته القديمة. (٢)

وبينما يركز أصحاب نظريات التعلم على الفرد كوجود يستجيب أوتوماتيكيا لأى مثير تعود الاستجابة إليه، فإنهم يغفلون دور العقل والتفكير والعمليات الإدراكية المعقدة أو يقل إهتمامهم بها.

والفرد فى نظريات التعلم يستجيب أوتوماتيكيا بطريقة من الطرق التالية:

- تداعى المعانى - أو التزايل association وهذا يعنى ارتباط المنبه الذى يقدم الى الفرد باستجابة معينة تعود على القيام بها عند وجود هذا المنبه - تعلم شرطى conditioning - فالفرد عند تعرضه لبعض المواقف الدرامية قد يفسرها فى اطار الخبرة المكتسبة لبعض المواقف فى حياة الفرد. فتستدعى هذه المواقف الدرامية المواقف السابقة فى ارتباط شرطى يحدث التعرض الى هذه المواقف. فالفرد الذى تعرض للظلم الوظيفى، تستدعى وظيفة المدير صفات الظلم والقهر، كما تستدعى القاب الباشا صفات القهر والعبودية على سبيل المثال.

وقد لا يرضى عن نتائج مواقف أخرى لأنها انتهت الى نتائج تختلف عما يتوقعه من نتائج ترتبط بمثل هذه المواقف، مثل مواقف الحب، او الزواج، او الصداقة... إلى أخره، نتيجة لمواقف تعرض لها، وأصبحت تتزامن النتائج المتوقعة مع استعادة المواقف الشبيهة.

ومن الملاحظ أن كثيرا من الأعمال الفنية تستعين بهذه النظرية فى ترسيخ العديد من الآراء والافكار، من خلال استعادة الصور التى ارتبطت فى أذهان جماهير المتلقين بأوصاف معينة، وبالتالي عند ما يعتمد الفنان الى صياغة هذه الاوصاف فى اطار

المعانى المستهدفة مثل تأكيد معانى الظلم والقهر التى ارتبطت بعصور الاقطاع، فإن مجرد صياغة هذه الاوصاف تستدعى الصور والتجارب التى عاشها الأفراد فتأكد المعانى المستهدفة من العمل الفنى الجماهيرى فى هذه الحالة.

- التعزيز أو التدعيم reinforcement . فالفرد يتعلم أن يستجيب بطريقة معينة، لمنه خارجى متبوع بشيء يبعث على الرضا أو الشعور بجزاء إيجابى، ويتجنب هذه الاستجابة أو السلوك، إذا كان متبوعا بجزاء سلبى.

وبذلك فإن السلوك فى هذه النظرية لا يرتبط فقط بمنبه معين للقيام بالاستجابة، مثل طريقة تداعى المعانى، ولكنه يستلزم مثيرا إضافيا خارجيا، يتمثل فيما يقدم من جزاء مادى أو معنوى إيجابى بعد الاستجابة.

فالفرء قد يتعود على الذهاب الى العروض الفنية بتأثير منبه معين مثل ارتباط الرغبة بحلول عطلة نهاية الاسبوع، أو وجود صحبة ذات طابع خاص، أو ارتباط بنجم معين من نجوم العمل الفنى، ولكن هذا السلوك يدعمه دعوة خاصة للمشاهد تؤكد القبول الاجتماعى للفرء، بحضور الحفلات الخاصة أو المهرجانات الفنية على سبيل المثال.

ومن جانب آخر فإن المكافأة قد تحدث فى العمل عندما تتفق نتائج المواقف الدرامية مع تصوراتها عنها فعلا، وهذا يستحث الفرء على متابعة الاعمال التى تناقش مثل المواقف التى تعرض لها الفرء بخبرته المكتسبة فى مجال حياته.

- المحاكاة imitatin . فالافراد غالبا ما يكتسبون السلوك الاجتماعى من خلال ملاحظة المركز أو الشخصيات أو القائمين بدور داخل الجماعات، مثل الطفل الذى يكتسب الكثير من العادات السلوكية من خلال ملاحظة والده داخل الاسرة.

والمحاكاة لا تحتاج الى تدعيم أو تعزيز خارجى للتعلم أو اكتساب السلوك، وإن

كان هناك من يميلون الى تفسير المحاكاة فى اطار التعزيز او التدعيم، على اساس أن الفرد يلجأ الى المحاكاة لأنه يرضيه أن يتصرف بنفس الطريقة التى يتصرف بها أصحاب المراكز أو الشخصيات.

وهذا يفسر الاعلام بالشخصيات المهمة التى حضرت حفلات افتتاح الاعمال الفنية الجماهيرية، أو تلك التى ساهمت فى المهرجانات كوسيلة من وسائل دعم الاتجاه الى المشاهدة من قبل جمهور المشاهدين.

وكذلك تفسر التركيز فى الأعمال الفنية الجماهيرية على الادوار الاجتماعية المقبولة لدى الفئات المختلفة من جمهور المتلقين، فى الاعمال الفنية. مثل أدوار الأم أو أوار الشاب أو الفتاة المتحررة، أو أدوار الطبيب أو الضابط فى مراحل معينة من مراحل التطور التاريخى فى المجتمعات.

وهذه النظريات تركز على النواحي التاريخية فى التعلم واكتساب الخبرة، التى تؤثر فى إكتساب السلوك، الذى يتحول إلى عادة بفعل منبهات تعود الفرد إلى الاستجابة إليها فى المراحل التاريخية المختلفة.

تأثير المعرفة الإدراكية

بينما يهتم أصحاب نظريات التعلم بالخبرة التاريخية المكتسبة وتلقائية السلوك، والتعود عليه بفعل منبهات خارجية، مع اكمال العمليات الذهنية والعقلية التى تصاحب المواقف التى يتعرض لها الفرد. على العكس من ذلك يرى أصحاب نظريات المعرفة الإدراكية *perceptual cognitive theories* أن الفرد يتأثر فى سلوكه بالنظام الإدراكى والمعرفى الذى كونه عن العالم المحيط به. فالأفراد ينظمون إدراكهم ومعتقداتهم وأفكارهم فى أشكال ذات معنى أو مغزى معين. ويدركون ويفسرون فى

اطاره العالم الخارجى. وبالتالي يأتى سلوكهم متأثرا بهذه المعانى التى يكونها الفرد عن الاشياء المحيطة به.

وبالإضافة الى النظام الإدراكى الذى يؤثر فى رؤية الفرد للاشياء المحيطة به، فى اطار المدركات المختزنة فى العقل، بالإضافة إلى ذلك فإن الفرد يفترض بنية معينة للمظاهر الأخرى فى العالم.

ذلك أننا لا نلاحظ ما يدور حولنا من خللنا فقط، ولكننا نفسر أيضا ما نلاحظه، ونصدر أحكامنا ونحاول أن نفسر مشاعرنا ومشاعر الآخرين، وهذه كلها تؤثر فى الوضع السلوكى واستجاباتنا له. وهذا يفسر الخاصية التى ذكرناها فى الفصل الثالث عن قيام المطلق بتحديد وظائف العمل الفنى الجماهيرى من خلال التفسير الإدراكى الذى يتصوره دلالات ومعانى الرموز المستخدمة فى هذا العمل.

ويفسر أيضا تغير بعض سمات الأعمال الفنية الجماهيرية - ومنها الفيلم السينمائى - مع الزمن، لأن جزءا من ماهية الفن السينمائى (أو أى فن آخر) يتمثل فى قدرة التأثير على جماهير الرواد فى أزمته معينة، فكما أن معتقدات المتفرجين وقدراتهم الإدراكية وتوقعاتهم تتغير، فإنه تتغير معها حتما سمات أى فيلم سينمائى. (٣)

ويفسر أيضا دور المدرك العقلى فى تحديد دلالات الفيلم السينمائى. ففى عملية الإدراك والتوقع، تبدأ المرحلة الأولى من خلال حاستى البصر والسمع، وهى ما نسميها مرحلة الاحساس، وهى مرحلة سلبية وكأنها تسجيل ميكانيكى لكل ما يقع فى مجال الرؤية والسمع، والذى يصل بعد ذلك الى مركزى السمع والبصر فى المخ، فيحيل هذا الاحساس الى مدرك أول يسمى «المدرك الحسى» حيث يتعرف على ما وقع فى مجال البصر والسمع، ثم بعد ذلك يأتى «المدرك العقلى» الذى يستنبطه العقل من سياق الفيلم

وذاكرة المشاهد وخلفياته المرجعية. فإذا به يعطى دلالة جديدة. ومن الحصيلة الإدراكية يتناثر الوجدان لديه ويؤدى الى النزوع الى التصرف ما، بل ويؤكد ايضا تفكير فى النتائج المحتملة لهذا النزوع مما يؤدى إلى تأييده أو كبحه أو تجاوزه. (٤)

فالادراك هو العملية التى يقوم بها العقل من خلال المعرفة المختزنة بتحديد دلالات ومعانى المدركات الحسية، وهذا يعنى أن الفرد لا يقوم بتفسير الرسائل الاتصالية فى معانى مطابقة لها تماما، ولكن التفسير يكون فى اطار التفاعل بين الرموز التى تم استقبالها وبين المعرفة ذات العلاقة بها، التى يستعين بها الفرد المتلقى. (٥)

وهذا ما يفسر عدم تطابق التفسير بين كل الافراد بالنسبة للرسالة الواحدة، لتباين المعرفة الإدراكية ونظام عملها، بين كل فرد واخر بتأثير التنشئة والتفاعل الاجتماعى التى قد تختلف من فرد إلى اخر.

وكما يتغير النظام الإدراكى بين فرد واخر فإنه يتغير أيضا بالنسبة للفرد بتغير المواقع والادوار، وتغير الخصائص والسمات العامة والاجتماعية للفرد نفسه.

وهناك عدة مبادئ تحكم عملية الادراك.

- إدراك الأشياء والحقائق المتشابهة على أنها مرتبطة ببعضها البعض. أو إدراكها فى بناء كلى واحد «مبدأ التشابه».

- إدراك الأشياء المتجاورة زمانيا أو مكانيا على أنها مرتبطة ببعضها «مبدأ القرب».

- إدراك الأشياء التى تسير فى اتجاه واحد على أنها مرتبطة ببعضها «مبدأ الاستمرار».

- إدراك الأشياء غير الموصلة أو غير المتكاملة على أنها موصولة أو متكاملة «مبدأ الوصل أو الإغلاق».

- إدراك الشكل الأكبر، دون الأشكال الصغرى التى تكونه. وهذا يفسر اختفاء الأشياء الصغرى فى الأشياء الكبرى التى تتفق معها فى الخصائص. «مبدأ الشمول».

- إختلاف إدراك الأفراد للأشياء فى علاقتها ببعضها. وهو أبسط مبادئ الإدراك الذى يمثل له بمبدأ الشكل والخلفية. ذلك أن نفس الشكل المرسوم على أرضية، يختلف التفسير من فرد إلى آخر بكونه شكلا أولا أو أرضية أو خلفية أولا. أو أبسط تفسير له هو المثل الخاص بالكوب الذى يمتلىء إلى نصفه بالماء. فالبعض يفسره على أنه مملوء للنصف، والآخر يفسره على أنه فارغ للنصف.

وهذه المبادئ الإدراكية تعتمد عليها الأعمال الفنية الجماهيرية، حيث تترك للمتلقي القيام باستكمال العديد من الأشكال والمواقف كما يتصورها فى مخزونه العرفي. فالمشاهد بجانب أنه يقوم بخلق الحركة فى الفيلم مثلا من خلال مبدأ الاستمرار، فإنه يقوم باستكمال النقص فى الصور من خلال «مبدأ الوصل». ويقوم باضفاء الواقع على الرموز المستخدمة من خلال مدركاته الخاصة.

ولذلك فإن الفنان المبدع يضع فى اعتباره أن جمهور المتلقين يقوم بعمليات عقلية عديدة أثناء مشاهدة العمل الفني والاستغراق فيه. تتأثر بالخبرة والتجربة السابقة التى تكون المخزون العرفي للمتلقي. وهو ما يجب أن يضعه فى اعتباره وهو ما يسمى بإطار الخبرة المشتركة أو الإطار الدلالي المشترك كما سبق أن أوضحنا. وهذا يفرض أيضا أن يتوفر للمتلقي الوقت الكافى لإدراك الرموز وتفسيرها أثناء عملية التعرض - مما يدعو إلى تجنب ازحام الرموز أو سرعة تواترها خلال العمل، فيصعب على المتلقي تنظيمها وإدراكها بالشكل الصحيح. أو تؤدي إلى حدوث توتر لدى المتفرج نتيجة عدم إدراكه لها. فيتجنب التعرض إلى هذا العمل.

تباين الحوافز

بين الأفراد

يميل أصحاب نظريات تباين الحوافز incentive-conflict theories إلى تفسير السلوك في إطار ما يمكن أن يجنيه الفرد أو يخسره من السلوك. وتركز على الخيار العقلى. ويرون أن الكل بالنسبة للفرد متساوى بطريقة أو بأخرى، ولكن الفرد يعمل إلى الحد الأقصى للكسب والحد الأدنى للخسارة.

وتشارك هذه النظريات، نظريات التعلم والمعرفة الإدراكية في تكوين الإطار الذى يسهم فى تكوين تفسيرات الفرد واستجاباته السلوكية المحتملة.

ويكون لدى الفرد فى هذه الحالة بديلان: سلوك الاقتراب، وسلوك التجنب. يدور بينهما الصراع في الخيار. فالفرد إما أن يقترب بالسلوك فيحقق حداً أعلى من الكسب أو على الأقل حداً أدنى من الخسارة. أو يتجنب بالسلوك أيضاً، فيحقق حداً أعلى من الكسب أو على الأقل حداً أدنى من الخسارة على أساس أن ما يجنيه الفرد يتراوح عادة في فئات فرعية بين فئتي الكسب والخسارة.

وهناك ثلاثة مداخل رئيسية لهذه النظريات:

– الأول: يركز على الخيار العقلى rational choice. وذلك على فرض أن الفرد يقوم بالسلوك المؤيد بعد حسابات دقيقة.

– الثاني: يركز على إرضاء الحاجات، وذلك على أساس أن الفرد يعمل ويتصرف إرضاء لحاجاته وودافعه.

– الثالث: يركز على منطق القوة. وأن الفرد يستجيب لكل القوى الضاغطة عليه سواء كانت من داخل الفرد أو من البيئة المحيطة به.

وبصفة عامة فإن نظريات صراع الحوافز ترتبط إلى حد بعيد بالتفضيل بين الاستجابات المختلفة، وترتبط أسباب السلوك بالوضع الحالى المحيط بالفرد وليس له مرجع تاريخى. وتهتم بالحالة الداخلية مثل الإدراك والمشاعر السلبية والإيجابية. والتوقعات الخاصة ببدائل السلوك، والمخاوف والامال.

ومن خلال التطبيق العملى يصعب الفصل بين اتجاهات النظريات السابقة، حيث تتفاعل مع بعضها فى تحديد استجابة وسلوك الأفراد المتلقين. وتؤكد بالتالى على أن العلاقة بين المنبه والاستجابة ليست مباشرة. بل تؤكد أهمية العوامل الوسيطة فى تقرير السلوك والاستجابة النهائية.

ويعتبر الاتجاه، والإدراك، والمعرفة من أهم العوامل الوسيطة فى عملية الاتصال بصفة عامة، حيث تعمل كمتغيرات مستقلة فى التأثير على السلوك والاستجابة من جانب. وتعمل كمتغيرات متأثرة بالمحتوى والرموز الاتصالية من جانب آخر. وفي جميع الأحوال تتسم هذه العناصر بعمق العلاقة بينها فى التكوين والبناء، وكذلك فى التفاعل والتأثير.

تأثير الاتجاهات

تعكس نماذج الاتصال أهمية الاتجاه attitude فى هذه النماذج. ذلك أن نجاح الاتصال كما سبق أن أوضحنا يتوقف على الاتجاهات المتبادلة لكل من القائم بالاتصال والمتلقى نحو الآخر، وكليهما نحو موضوع الاتصال.

وتشير بحوث الاقناع أن هناك علاقة ثلاثية بين كل من الاقناع، الذى يمكن أن يكون سلباً، تغيير اتجاه الأفراد، والاتجاهات بدورها فى التأثير على السلوك أو الميل السلوكى إلى الاستجابة، وكذلك الاقناع بتأثيره فى تغيير السلوك أيضاً.

والاتجاه: هو استعداد ذهنى وعصبي ناتج عن التجربة والخبرات المنتظمة، للتأثير فى استجابات الأفراد نحو الموضوعات والمواقف ذات العلاقة^(٧) أو هو نظام ثابت من عناصر المعرفة والشعور والميل السلوكى نحو الموضوعات أو الأفكار أو الآراء.

ودراسة عناصر الاتجاه، وتكوينه، تقود إلى تأكيد أهمية تأثير السمات الاجتماعية والفردية فى تنظيم الخبرات والمدرجات والمعتقدات والدوافع، التى تعتبر من العناصر الاساسية فى تكوين الاتجاه والتأثير على الميل السلوكى عند الفرد نحو موضوع الاتصال ومن جانب اخر فإن الاتجاهات القائمة تدفع الفرد لاكتساب المزيد من هذه الخبرات والمدرجات والمعتقدات التى تدعم اتجاهه نحو الموضوعات والأفكار والأشياء، وغيرها من عناصر البيئة المحيطة به.

ويجب أن نفرق بين الاتجاهات والآراء الظاهرة *expressed opinions* التى تجسدها الروايات اللفظية، ذلك أن الاتجاهات تشير إلى عناصر الاستعداد لانشاء الروايات اللفظية. بينما أن هذه الآراء ربما تتأثر بمتغيرات أخرى بخلاف الاتجاهات، مثل المعايير ومتطلبات الدور الاجتماعى. ولذلك فإنها فى بعض الأحوال لا تقدم مقياسا صادقا للسلوك.

وهذا يشير إلى ضرورة التحفظ فى الاعتماد على الآراء الظاهرة كمقياس للسلوك أو مؤشر للاتجاه، مالم تستخدم اختبارات أخرى تؤكد صدق المقاييس والنتائج معا. ويعتبر عنصر المعرفة *cognitive* أحد العناصر الأساسية فى تحديد الاتجاه، حيث يشمل الأفكار والمعتقدات والمعلومات التى تشكل فى مجموعها الخبرات المتراكمة التى تؤثر فى وصف موضوع الاتجاه، وسماته وعلاقته بغيره من الموضوعات، وتحدد بالتالى الميل السلوكى بالقبول أو الرفض، التأييد أو المعارضة، نحو موضوع الاتجاه. وبذلك يؤثر عنصر المعرفة فى السلوك الاتصالي، متأثرا ببنائها، الذى يتباين فى

أهميته وطبيعته، وفي علاقة بناء المعرفة بموضوع الاتجاه.

وتظهر علاقة المعرفة بالاتجاه والسلوك الاتصالي، في اتجاه الفرد نحو تحقيق التوازن المعرفي. فالأفراد يبحثون عن الأشياء والأفكار المتسقة والمتجانسة، وترتبط بمعتقداتهم وأفكارهم وشعورهم، وأن وجود الاختلال أو عدم التوازن يشكل ضغطا كبيرا على الأفراد يجعلهم يحاولون تحقيق التالف والاتساق consistency من خلال الاتصال والتعرض للحصول على حقائق جديدة قد تودى إلى تعديل الشعور أو الميل السلوكي نحو موضوع الاتجاه، أو عدم التعرض إلى موضوع الاتجاه حتى لا يشعر الفرد بحالة الاختلال أو عدم التوازن.

وهدف الفرد نحو تحقيق التوازن أو التالف هو الذى يفسر التعرض الانتقائي se-lective exposure الذى يمثل مظهرا أساسيا من مظاهر السلوك الاتصالي، خاصة عندما يكون موضوع الاتجاه هو العمل الفنى ومحتواه «الرسالة» أو الفنان المبدع «المصدر».

وتظهر أهمية المعرفة في تنظيم إدراك الفرد وفهمه لما يدور حوله في البيئة المحيطة به. فالإدراك يمكن النظر إليه من خلال نظام الترميز الذى يسمح للعقل باستعادة المعلومات المختزنة في الذاكرة، وتفاعلها مع البيانات الجديدة المكتسبة للخروج بصورة واضحة ومفهومة. ومالم تكن هناك معرفة أو خبرات مختزنة كافية، فإن العقل يحاول أن يمد ببعض أنواع من الصور في ضوء المعلومات غير الكاملة، وهذا يؤدي إلى عدم الفهم والإدراك للمعلومات الجديدة.

وكذلك قد يخرج بإدراك خاطئ للمعلومات الجديدة، نتيجة عدم وجود معلومات مختزنة ذات علاقة بالمعلومات الجديدة، التى تعتبر مثيرا للفهم والإدراك. وهذا يفسر الإدراك الانتقائي selective perception حيث يفسر الأفراد

المثيرات التي تقدمها الأعمال الفنية الجماهيرية بطريقة تتفق مع إدراكاتهم، التي ترتبط بدايةً بقدر المعرفة والمعلومات المختزنة حول الموضوع الإدراكي.

والصورة الذهنية image كذلك، هي الانطباع الذي يكونه الفرد عن الأشياء المحيطة به متأثراً بالمعلومات المختزنة عنها، وفهمه لها، وبذلك فإن الصورة الذهنية هي نتاج تفاعل عناصر المعرفة والإدراك، وهذه الصورة الذهنية للأشياء والموضوعات المحيطة، تؤثر مرة أخرى في إدراكنا لها وتقويمها التقويم الصحيح.

فمن خلال المعلومات الناقصة، أو الاعتقادات السالبة عن أحد الموضوعات، يتكون إدراك خاطئ، يؤثر في تصورنا لهذا الموضوع. وتؤثر هذه الصورة بعد ذلك في التعرض إلى كل ما يرتبط بهذا الموضوع من معلومات أو معارف أو معتقدات أو اتجاهات.

ومن هنا تظهر دائرية العلاقة بين الاتجاهات والمعرفة والإدراك والصور الذهنية. هذه العلاقة التي تؤثر محصلتها في تعرض الفرد أو إدراكه للموضوعات المحيطة به.

اتجاهات المتلقي

نحو الفنان والعمل الفني

يعتبر التعرض الانتقائي أحد المظاهر الأساسية في الاتصال، وبصفة خاصة الاتصال في مجالات الإبداع الفني الجماهيري، حيث يختار المتلقي من بين الأعمال المعروضة ما يرغب في مشاهدته، ويتخذ قراره في إطار أحكام مسبقة صاغتها الخبرات والتجربة المتراكمة نحو هذه الأعمال والقائمين بها، والاعتقادات التي تشكل بناء اتجاه المتلقي نحو هذه الأعمال والقائمين بها.

وسبق أن أوضحنا أن نجاح الاتصال في نموذج دافيد بيرلو D.Berlo يتوقف

على اتجاهات كل من المرسل والمستقبل نحو بعضهما، وكذلك اتجاه كل منهما نحو موضوع الاتصال أو الرسالة الاتصالية.

وفى سيكولوجية الاتصال اهتم الباحثون بنظريات التوازن أو الاتساق، balance consistency. التى تفسر السلوك الاتصالى فى علاقته بالاتجاهات نحو الأشخاص أو الأشياء فى إطار العملية الاتصالية. والتوازن أو الاتساق هو الحالة التى تتفق فيها الأفكار والمعتقدات والاتجاهات والسلوك نحو الآخرين. أما عدم التوازن أو الاختلال أو عدم الاتساق imbalance, dissonance فينتج من التباين أو الصراع بين الاتجاهات والسلوك. وفى هذه الحالة يشعر الفرد بالتوتر، الذى يدفعه إلى محاولة تنظيم أفكاره ومعتقداته واتجاهاته وسلوكه بحيث تؤدي إلى التالف أو الاتفاق وقد قدم فريتز هيدر F.Heider أول نماذج التوازن التى تركز على اتجاه الفرد نحو الآخرين وأعمالهم والتى يمكن تطبيقها فى مجال العلاقة بين اتجاه المتلقى والقائم بالعمل الفنى، وكذلك العمل الفنى نفسه.

فيرى هيدر أن هناك نوعان من العلاقات بين الأفراد: الأول هو علاقات المشاعر sentiment relation ويتوقف عليها اتجاه الفرد نحو الآخر، الذى يقوم على إدراكه له. والثانية هى علاقات الوحدة unit relation ذلك أن الفرد يدرك الآخر وأعماله فى وحدة واحدة. ويتحقق التوازن متى كانت الاتجاهات نحو الاثنين معا متفقة أو متالفة، بينما يحدث عدم التوازن نتيجة تباين الاتجاه نحوهما.

وقدم هيدر ثمانية أشكال من العلاقات تضم الاتجاهات نحو العناصر الثلاثة

1 الفرد المتلقى

ب الفرد القائم بالعمل «مصدر»

ع العمل أو الموضوع

ويكون هناك اتجاه لـ أ نحو ب، وهو ينظر إلى ب، ع في وحدة واحدة.

فإذا كان اتجاه «أ» نحو «ب» اتجاها إيجابيا وكذلك اتجاهه نحو العمل «ع» الذى يؤيده «ب». إيجابيا فإن الفرد فى هذه الحالة سيشعر بالتوازن فى الموقف الاتصالي.

أما إذا كان اتجاه «أ» نحو «ب» إيجابيا، واتجاهه نحو العمل «ع» سلبيا، والذى يؤيده «ب» فإن الفرد فى هذه الحالة سيشعر بعدم الارتياح الذى يجعله يشعر بالتوتر، وبلجا إلى تجنب الموقف الاتصالي. أو إلى تعديل اتجاهه نحو أى من «ب»، أو «ع» حتى تصبح الاتجاهات متالفة ويتحقق التوازن فى هذه الحالة.

ويمكن من خلال هذه العلاقة صياغة الاشكال الثمانية التى قدمها هيدر فى نظريته للتوازن. منها أربعة أشكال تعبر عن حالة التوازن، وأربعة تعبر عن حالة عدم التوازن أو الاختلال.

وفى حالة الاحساس بالتوتر الناتج عن عدم التوازن، فإن الفرد حتى يشعر بالتوازن فى العلاقة الاتصالية فإنه يلجا إلى أحد حالتين: الأولى وهى تعديل اتجاهه نحو أى من الفرد الآخر أو اعتقاداته أو أعماله، وذلك من خلال تعديل الإطار المعرفي الخاص بأى منهما.

والحالة الثانية: هى تحطيم علاقة الوحدة وإدراك أى منهما كعنصر مستقل بذاته - وبذلك لا يربط بينهما فى الاتجاه.

ويهتم «هيدر» بالاتصال الذاتى الذى يتم بين الفرد ونفسه لتحديد اتجاهاته نحو الآخرين والأشياء من خلال مشاعره ومدركاته عنها.

وهذه النظرية الخاصة بالتوازن المعرفى والتى تهتم بعلاقات الوحدة، يمكن تطبيقها على رؤية الفرد المتلقى واتجاهه نحو الأفراد المبدعين وأعمالهم الفنية الجماهيرية، وتفسر إلى حد بعيد تجنب الأعمال الجماهيرية أو العزوف عنها بتأثير الاتجاهات

المسبقة عنها أو عن القائمين بها الذين ينظر إليهم الفرد المتلقى فى إطار علاقات الوحدة.

وبعد ذلك طور تيودور نيوكومب T.Newcomb نظرية هيدر فى الاتصال الذاتى والتوازن العرفى، لتفسر الاتصال الشخصى، بحيث أصبحت تعبر عن اتجاهات التفاعل الاجتماعى بين الأفراد، واتجاهاتهم نحو موضوعات معينة. وبذلك تم تعديل الاشكال لتفسر اتجاهات الأفراد نحو بعضهم، بدلا من اتجاه الفرد نحو الآخر فقط، ثم اتجاهاتهم نحو الأشياء والموضوعات، وتقوم على أن التالف بين الأفراد نحو الموضوعات والمواقف هو مطلب أساسى لتحقيق الاتصال الناجح.

وهذا يفترض بداية أن الفردين لدى كل منهما اتجاه نحو الآخر، ولكل منهما أيضا اتجاه نحو الأفكار أو الموضوعات أو الأشياء «موضوع الاتصال» وبذلك يتأثر مفهوم التوازن عند نيوكومب بالعناصر التالية.

- اتجاهات «أ» نحو «ب»

- اتجاهات «أ» نحو «ع»

- اعتقادات «أ» عن اتجاهات «ب» نحو «ع»

- اعتقادات «أ» عن اتجاهات «ب» نحوه شخصيا

وعلى ذلك فإن التوازن الذى سينعكس بحالة من الرضا بين الأفراد، يتحقق كلما كان هناك تالفا أو اتساقا فى هذه الاتجاهات بينهما، أما حالة عدم التوازن والتى تؤدي إلى زيادة التوتر والقلق، فإنها قد تدفع بهما إلى تعديل اتجاهاتهم، متى كانت المشاعر والاتجاهات ايجابية بين الاثنين وأن الجهد المبذول فى سبيل ذلك لن يكون كبيرا، وذلك لإعادة التوازن مرة أخرى إلى العلاقة الاتصالية.

وهذا يتوقف على قوة الاتجاهات المتبادلة بين الأفراد وعلى أهمية الموضوع بالنسبة

لهما. أما إذا استمرت حالة عدم التوازن فإن الأفراد إما أن يتفقا على تثبيت الوضع القائم. أو انسحاب أحدهما من العملية الاتصالية.

ومن جانب آخر تؤكد نظرية التنافر المعرفي *cognitive dissonance* التي قدمها ليون فستنجر L.Festinger بعد ذلك على اتجاه الفرد نحو الاستزاده من المعلومات والمعرفة. كلما شعر بالتوتر نتيجة عدم كفاية المعرفة المختزنة لديه، أو عدم وضوح هذه المعرفة، أو عدم قدرتها على تفسير المواقف التي يتعرض لها. ذلك أن هذا التوتر يحدث نتيجة استقباله لمعلومات غامضة أو غير غامضة أو متباينة. وبالتالي فإنه لإزالة هذا التوتر يجب أن يسعى الفرد إلى تحقيق التوازن أو التالف المعرفي إما بتصحيح المعارف، أو إضافة معارف جديدة، أو إهمال هذه المعارف نهائيا وهذا يؤكد أهمية الوضوح المعرفي في بناء الرسائل الاتصالية وصياغة رموزها.

ويمكن أن نلمس تطبيق هذه المبادئ أو النظريات الخاصة بالتوازن أو التنافر المعرفي في الاتصال في مجالات الابداع الفنى الجماهيرى كالآتى:

- إن الفنان المبدع أو القائم بالعمل يجب أن يرسم بداية توقعاته عن اتجاهات جمهور المتلقين نحوه شخصيا.

- إن الفنان المبدع «كقائم بالاتصال» يجب أن يضع فى اعتباره أن المتلقى يحدد اتجاهه نحوه، ونحو الأعمال الفنية الجماهيرية «رسائل» كوحدة واحدة. وبالتالي فإن اتجاه المتلقى نحو أيهما سيؤثر بالتالى فى اتجاهه نحو الآخر «الفنان أو العمل».

- يضع المتلقى فى اعتباره عند التعرض للأعمال اتجاه الفنان المبدع نحوه شخصيا، وهذا الاتجاه يتمثل فى الميل إلى تأييد الافكار والمعتقدات والمبادئ والقيم التى يؤمن بها المتلقى وتشكل جزءا من إطاره المعرفي، الذى يؤثر فى بناء اتجاهه نحو الأفراد والموضوعات.

- وهذا يعنى أيضا ضرورة أن يضع الفنان المبدع فى اعتباره التوافق أو التالف مع المتلقى فى الاتجاه نحو موضوعات الأعمال الفنية الجماهيرية.

- يعتبر الوضوح المعرفى ضرورة فى صياغة الأعمال الفنية الجماهيرية، حتى يتمكن المتلقى من إدراك هذا العمل وتفسير رموزه. دون أن يشعر بالتوتر الذى قد يفرض عليه الانسحاب من العملية الاتصالية.

وبصفة عامة فإن الفنان المبدع يجب أن يضع فى اعتباره بالدرجة الأولى أن المتلقى لا يتعرض للأعمال الفنية الجماهيرية بطريق الصدفة، أو لمرة واحدة. ولكن استمرار التعرض مرهون بتقويمه للموقف الاتصالى المستمر. باعتبار أن الاتصال فى مجالات الإبداع الفنى الجماهيرى هو عملية مستمرة. وبذلك فإن الفرد خلال الاتصال المستمر يقوم بعملية التعديل والتكييف لمعرفته واتجاهه. حتى يحقق حالة التوازن فى الاتصال. ويتجاوز الاحساس بالتوتر أو القلق الناتج عن عدم التوازن. وبذلك فإن الفنان المبدع يجب أن يسهم من جانبه فى إزالة هذا التوتر، وتحقيق التوازن لدى الفرد المتلقى، بتعديل اتجاهاته نحوه ونحو الموقف الاتصالى وموضوعاته.

ونشير إلى أن تطبيق نظريات التوازن أو التناظر المعرفى تفسر إلى حد بعيد عزوف المتلقين عن بعض الأعمال، واقبالهم على الأخرى. على الرغم مما يتوفر لها من إبداع تقنى خاص أو العكس. وذلك بتأثير هذه الاتجاهات التى صاغتها النظريات المذكورة، والعلاقة البنائية بينها.

تأثير

الدوافع الفردية

تعتبر الدوافع motives والحاجات needs من العوامل المحركة للاتصال. وتعتبر

فى نفس الوقت مدخلا لتفسير تأثيرات وسائل الاتصال الجماهيرى.

ذلك أن أى فرد لديه مجموعة من الدوافع والحاجات التى تؤثر فى انتقائه للأعمال والمحتوى. وتجعله يستجيب لها، متى جاءت ملبية لهذه الدوافع والحاجات. وهذا ما اعتبرته نظريات تباين الحوافز أحد المداخل الرئيسية لها، بتركيزها على ارضاء الحاجات. مادام الفرد يعمل ويتصرف ارضاء لحاجاته ودوافعه، كما سبق أن أوضحنا. وهذا الدوافع والحاجات تتغير من شخص إلى آخر، وتتغير مع الشخص نفسه، بتغير الزمن، والأنوار، والمواقع، والثقافات الاجتماعية.

وهذا ما يفسر التباين بين الأفراد فى التعرض إلى الأعمال الفنية الجماهيرية، والاستجابة إلى رسائلها.

وقد اهتم خبراء الاتصال بدراسة الدوافع والحاجات فى علاقاتها بالتعرض، والأثر، لعدم كفاية التفسيرات الخاصة بعلاقة الخصائص والسمات العامة أو الأولية للأفراد بهذا التعرض والاستجابة وتحقيق الأثر، وبذلك اتخذ الرضا والاشباع مدخلا للتفسير، لعمق العلاقة بين الرضا الذى يشعر به الفرد خلال العملية الاتصالية. متى حققت من خلال عناصرها اشباعا لديه تمثل فى تلبية الدوافع الفردية الخاصة به - ولذلك ارتبط هذا التفسير بالمدخل الخاص بدراسات تأثيرات الاتصال الذى أطلق عليه مدخل الاستخدام والاشباع *use and gratification approach*.

وتمثل الدوافع والحاجات الفردية مجموعة الأهداف التى يسعى الفرد إلى تحقيقها، لتحقيق التكيف مع البيئة الاجتماعية أو الجماعات التى ينتمى إليها.

وهناك العديد من التصنيفات الخاصة بالدوافع، يجمع بينها التصنيف الذى قدمه ابراهام ماسلو A. Moslow والذى صنفها فى خمس فئات رئيسية، تبدأ بالدوافع أو الحاجات الأولية أو الفسيولوجية. ثم الدوافع الثانوية التى تتمثل فى الحاجة إلى

الأمن والاستقرار والبناء، ثم الحاجة إلى الانتماء بما فى ذلك الاتصال والمشاركة، وياتى بعد ذلك الحاجة إلى التقدير، وتجتمع كلها - فى قمة الهرم - فى الحاجة إلى تحقيق الذات حيث تعتبر هذه الحاجة قمة الحاجات الانسانية، والتي تتحقق متى تحققت الحاجات والدوافع الأخرى.

وهذه الدوافع أو الحاجات مهما اختلفت مسمياتها أو تصنيفاتها، فإنها لا تختلف عند كل من الفنان المبدع، والمتلقي. كما أن تصنيف وظائف الاتصال ذاتها يرتبط إلى حد بعيد بتصنيف الدوافع والحاجات لدى أطراف عملية الاتصال. لأن تحقيق هذه الوظائف يؤدي بالتالى إلى تلبية الدوافع والحاجات لدى الأفراد. فوظيفة نشر المعرفة وتقديم التجربة والخبرة، تسهم فى تلبية دوافع الأمن والاستقرار والبناء، من خلال اكتساب الفرد القدرات والمهارات الخاصة بالتكيف مع البيئة بحيث لا تمثل خطرا على حياته واستقرارها. وهذا التكيف مع البيئة يسهم أيضا فى تلبية دافع الانتماء ودعم الاتصال والمشاركة مع الآخرين. وكذلك يتم تلبية الحاجة إلى التقدير من خلال المعرفة التى تدعم الدور الذى يقوم به الفرد، فيكتسب تقدير الآخرين عندما يتوافق سلوك الفرد مع سلوك الدور المتوقع داخل الجماعة والمجتمع... وهكذا.

وتفسر الحاجة إلى التقدير أيضا بدافع الانجاز achievement وهو السعى والاجتهاد من أجل مستوى من الامتياز أو التفوق، فالتوجه الانجازى المميز للأفراد - كشخصيات انجاز - ولجتمعاتهم - كمجتمعات انجازية - يكمن وراء توظيف طاقات الأفراد فى أعمال متقدمة، حيث يجتمع الأفراد فى علاقات انتاجية تنطلق من أهداف تتطلع إلى مستوى أرقى، وحيث تتدعم هذه العلاقات على أساس ناتج الانجاز. وينشط الاتصال ويقوى إذا قام على ركيزة الانجاز الذى يوفر انسب المجالات والمواقف لتوظيف إمكانات الفرد والمجتمع فى علاقات اتصالية مترابطة تتوحد بهذا التوجه

الى الانجاز وهذا بالتالى يؤدي إلى تحقيق الاتصال والمشاركة، ودعم الانتماء المجتمع الذى يرمى هذا الاتجاه نحو التقدير.

وإذا كان من السهل تفسير الدوافع فى علاقتها بتعرض الافراد إلى الأعمال الفنية والتباين فى هذا التعرض يتباين الدوافع. فإنه من الأسهل تقدير أهمية هذه الدوافع بالنسبة للفنان المبدع فى علاقته بالبيئة والمجتمع، حيث تمثل المصدر الأساسى لتلبية دوافع الانتماء والتقدير وتحقيق الذات. من خلال رعاية الأعمال الفنية التى يقوم بها وتقديرها. وتفسر الدراسات السابقة هذه الدوافع من خلال الكشف عن الأسباب التى تجعل الأفراد تتعرض إلى وسائل الاتصال الجماهيرى بصفة عامة - فتشير هذه الدراسات إلى حاجة الأفراد إلى الهروب، بجانب حاجات البعض الآخر منهم إلى المعرفة والتعليم، وصنفت فى دراسات أخرى إلى الحاجة إلى اكتساب المعلومات والمعرفة المرغوبة، والتزود بعادة التعرض، والاستخدام من أجل الراحة أو الإثارة، وكذلك الحاجة إلى الصحة والرفيق، بالإضافة إلى الهروب من الملل أو الضجر المتمثل فى روتين الحياة اليومية.

ومهما اختلفت مسميات هذه الدوافع التى صاغها الباحثون فى دراساتهم، فإننا نجدها ترتبط بطريق مباشر أو غير مباشر بالدوافع الثانوية - الرئيسية - للفرد التى صاغها علماء علم النفس وعلم النفس الاجتماعى.

فاكتساب المعرفة والمعلومات، والتزود بالنصح والإرشاد حول العمل أو الحياة الاجتماعية، والمشاركة فى رأى العام والحياة السياسية، والتعرف على أخطار الآخرين واكتساب الخبرات والمهارات، والتعرف على الأخطار والمشكلات المحيطة بالبيئة الاجتماعية وكيفية مواجهتها وتخطيها.. وغيرها مما استخدم فى الدراسات التى استهدفت التعرف على دوافع المشاهدة أو التعرض ترتبط بالدوافع والحاجات الفردية،

لتحقيق الأمن والاستقرار والانتماء والتواصل الاجتماعي، ثم الحاجة إلى التقدير وتحقيق الذات. وتتجسد هذه جميعها في الحاجة إلي اكتساب المعلومات - الخبرات المتراكمة - التي تشكل جزءا كبيرا من الإطار المعرفي للفرد، الذى يؤثر بالتالى فى بناء اتجاهاته، وتوحيد سلوكه.

ونشير إلى أن دراسة الدوافع والحاجات الفردية لا ترتبط أهميتها فقط بالكشف عن أسباب التعرض للأعمال الفنية الجماهيرية، ولكنها يجب أن تمتد بانثارها إلى صياغة أهداف هذه الأعمال ورموزها. بحيث تأتى ملبية لهذه الحاجات والدوافع. فتحقق وظيفتها فى هذا الإطار. وتسهم أيضا فى العملية الاتصالية باعتبار أن تلبية هذه الدوافع مدخل أساسى من مداخل الاقتناع.

تأثير عملية التقمص الوجدانى

تقوم عملية التقمص الوجدانى empathy بدور كبير فى رسم توقعات الأفراد عن الآخرين. وبالتالي تسهم من خلال هذا الدور فى تفسير الأعمال والرموز التى يتعرض لها جمهور المتلقين فى العملية الاتصالية.

فالتقمص يعنى المقدرة على أن نضع أنفسنا فى مكان الآخرين، فنتوقع بالسلوك الذى يقومون به، استجابة لما يثيره سلوكنا أو تصرفاتنا، فنربط بالتالى بين سلوكنا وسلوك الآخرين. وبذلك تسهم عملية التقمص الوجدانى فى تجاوز حدود الفعل ورد الفعل، إلى تطوير التوقعات، وتطوير الأفعال بناء على هذه العملية.

والقائم بالاتصال - الفنان المبدع - عندما يقوم بصياغة أعماله فى رموز اتصالية، فإنه يرسم معها توقعاته عن استجابات المتلقى لهذه الرموز وتأثيره بها، فى إطار

تقمصه لشخصية المتلقي وقت اعداد العمل وصياغة رموزه.

ومن جانب اخر فإن المتلقي سيكون راضيا عن العمل وسلوك شخصياته، متى جاء هذا العمل متفقا مع توقعاته التى يرسمها لمسار العمل الدرامى، ومتى كان سلوك شخصياته متفقا مع توقعاته أيضا عن هذا السلوك، والذي يرسمه المتلقي فى إطار تجربته وخبرته هو، التى تسمح له أن يتقمص هذه الشخصيات ويفكر بنفس طريقتها، ويقوم بنفس سلوكها، خلال تعرضه للعمل الفنى.

وبذلك فإن التقمص الوجدانى ينجح لدى الفرد، متى عاش الموقف كما يراه أو يرغبه، حتى لو كان خلال الواقع الفنى الذى يقدمه الفنان على المسرح أو الشاشة الكبيرة أو الصغيرة. وتتصاعد درجات النجاح إذا كان المتلقي لم يستطع فى واقعه الحقيقى أن يعيش الموقف أو التجربة كما يرغب، فاستطاع أن يعيشها مع شخصيات العمل الفنى خلال الواقع الذى يرسمه الفنان فى العمل المعروض عليه.

وليس شرطاً فى جميع الأحوال أن يحدث هذا الاتفاق الذى يرغبه المتلقي، ففى هذه الحالة فإن التقمص يكون حافزاً على إعادة التجربة والاستفادة بها فى الواقع الحقيقى. وهو ما يفسر تأثير الأعمال الفنية الجماهيرية على صغار السن والمراهقين فى المراحل العمرية المبكرة. ذلك أن تفاعل المتلقين مع شخصيات العمل الفنى فى المواقف التى تعيشها هذه الشخصيات، والاستجابات التى يبديها المتلقين إعجاب/تقدير/بكاء/ضحك... إلخ، ليس من أجل شخصيات العمل، ولكن من أجل المتلقين انفسهم. فهذه المواقف قد فجرت العواطف والمشاعر المختزنة لديهم فى مواقف مشابهة، فجعلتهم ينفسون عنها فى شكل من اشكال الاستجابة التى تسهم فى إزالة التوتر الذى كان يشعر به هؤلاء المتلقين، من جراء الصراعات التى كانوا يشعرون بها فى عقلمهم الباطن. وهذا التقمص يسهم فى شرح نظرية التطهير فى المسرح

اليوناني والتي أخذ بها كثير من الكتاب والمفكرين في الدراما. ذلك أننا لا نبكى الشخصيات التي نشاهدها في المواقف التي يعرضها العمل الفني، ولكن نبكى أنفسنا في المواقف المشابهة، فتتم عملية التطهير أو إزالة التوتر من معايشة هذه المواقف في عقلنا الباطن، وهناك نظريتان تفسران التقمص الوجداني لدى الأفراد المتأقنين.

الأولى: هي نظرية الاستنتاج في التقمص الوجداني

وترتبط هذه النظرية التي قدمها سلومون اش S.Asch بمفهوم الذات self-concept. ذلك أن الفرد يخرج باستدلالات أو استنتاجات عن سلوك الآخرين من خلال مفهومه هو لذاته. فيتوقع أن الآخرين سوف يسلكون نفس السلوك الذي يمكن أن يقوم به، إذا ما كانت لهم نفس المشاعر والعواطف التي يحسها. فهو يقوم بتفسير سلوك الآخرين من خلال حالته النفسية الذاتية. حيث يفترض هذا الرأي أن الإنسان لديه معلومات كافية عن نفسه، ومعلومات عن الآخرين.. وبالتالي فإنه يمكن أن يخرج باستنتاجات تقوم على أساس أن هناك تماثلا بين سلوكه وسلوكهم. ولكن هذه النظرية لا تفسر التقمص تفسيراً كاملاً. حيث نقشل في معرفة ما يحدث في نفوس الآخرين حينما نفترض أنهم مثلنا.

الثانية: وهي نظرية تقمص الأدوار، التي قدمها جورج ميد G.H.Mead.

وتقوم هذه النظرية على أساس أننا نضع أنفسنا في مواقع الآخرين، وبالتالي نتصرف بالسلوك الذي يتفق مع ما تفرضه هذه المواقع أو الأدوار، حسب تصوراتنا لهذه المواقع أو الأدوار أو أنماط السلوك المرتبطة بها.

وتعتبر هذه النظرية تطورا لمفهوم الذات، ذلك أن هذا المفهوم لا يسبق عملية الاتصال ولكنه يتطور خلال عملية الاتصال. لأنه من خلال الاتصال نكتسب الخبرات التي تفرض علينا سلوكا معيناً يرتبط بطبيعة الأدوار التي ترسمها هذه الخبرات

وسلوكلها.

وبالتالى فإننا نعمم هذا السلوك حينما نتصور أنفسنا فى موقع الاخرين، ونقوم بأدوارهم. وبالتالى فإن الاتصال هو الذى يدعم مفهوم الذات، ويسمع بالتقمص الوجدانى، وبناء التصورات عن سلوك الاخرين الذى يمكن أن نقوم به إذا ما قمنا بأدوارهم.

وفى الواقع أن كلتا النظريتين تكملان بعضهما. ففى المواقف المستحدثة يمكن توظيف نظرية الاستنتاج، حيث تضعف قدراتنا على رسم التوقعات نتيجة الحدود والخبرات الخاصة بهذه المواقف الجديدة، أما بعد ذلك أو فى المواقف المتكررة التى تؤدى إلى تراكم الخبرات، فهى التى تسمح بتقمص الأدوار والتوقع بسلوكها بتأثير خبراتنا المتراكمة. وهى التى ترسم أيضا مفهومنا عن الذات. والتى تقوم بدور بعد ذلك فى رسم التوقعات.. وهكذا.

ولقد ساعدت وسائل الاتصال الجماهيرى على هذا التقمص، فقد أصبحت تنقل صور وأدوار وسلوك الاخرين، فى مجتمعاتهم، والمجتمعات الأخرى، بحيث أصبح من السهل على الأفراد تقمص هذه الأدوار وتصور السلوك المصاحب لها، فأصبحت بذلك شخصية متحركة قادرة على التقمص الوجدانى، وهذه القدرة على التقمص الوجدانى هى التى تساعد على التطور فى المجتمع الحديث.

وبالإضافة إلى التفسيرات التى قدمتها النظريات السابقة للتقمص الوجدانى والتوقعات الخاصة بها، بالإضافة إلى ذلك هناك تفسيرات أخرى لعملية التقمص بمفهوم التوحد مع شخصيات الأعمال الفنية الجماهيرية، وعلاقة هذا التوحد بالعواطف والمشاعر والأحاسيس المكبوتة لدى الأفراد، التى يفجرها سلوك الشخصيات التى تقدمها الأعمال الفنية.

ذلك أن الفرد منذ مولده تستبد به مجموعة من الاحاسيس والمشاعر التي تشكل صراعا داخليا دائما. ويسهم في تكوين هذه الاحاسيس التي تتجمع في العقل الباطن مجموعة من العوامل. يتصدرها الضوابط والمحظورات التي تنمو مع الطفل منذ مولده، وتتطور مع الأدوار التي يقابلها في حياته مثل المدرس، رجل الشرطة.. إلى اخره وهذه الضوابط والمحظورات تشكل ضغوطا على الفرد تتسبب في توليد نزعات عدوانية، في محاولة للتخلص منها، هذه النزعات قد تجد متنفسا لها في أنماط متعددة من السلوك مثل ممارسة الرياضة أو الهوايات أو العمل.. إلى اخره. ولكنها في جميع الأحوال تظل في اللامعنى. فتجد متنفسا لها في الصراع الذي يقدمه العمل الفنى الجماهيرى. فيشد بالتالى مختلف الأنماط التي تتوحد مع إحدى شخصيات الصراع فى علاج لهذه الصراعات المكبوتة.

وهناك عامل اخر وهو تأثير الاحساس بالحاجة إلى القوة المطلقة التي يمكن أن تقوم بما يعجز الفرد عن القيام به، وخصوصا بعد أن يفشل الأفراد المحيطون به فى توفير هذا الاحساس على مر الزمن. وبذلك فإن الأعمال الفنية الجماهيرية هي التي تخلق هؤلاء الابطال فى الواقع الفنى، مما يجعل الافراد يتوحدون معهم باحساسهم بقدرة هؤلاء على توصيلهم إلى امالهم ولعل صورة القوة المطلقة هي التي تستغلها الأساليب الدعائية فى رسم الشخصيات القيادية لتحقيق التفاف الجماهير حولها بحاجتها إلى دعم الإحساس الأمن والطمأنينة التي يمكن أن يوفرها هؤلاء الأفراد أصحاب القوة المطلقة.

وعلى الجانب الاخر تركز الأعمال الفنية الجماهيرية على الشخصيات التي تهدد عامل الأمن أو تدعم الخوف لديهم. لتعزيز استجاباتهم إلى الاتجاهات المعاكسة لاتجاهات هذه الشخصيات. وهو ما يستغل بنجاح في الاستمالات الإعلانية التي

تحاول أن تقيم علاقة بين تجنب هذه الشخصيات واستعمال السلعة على سبيل المثال. وهذه المشاعر أو الاحاسيس أو الهواجس المبكوة عند الغير هي التي تجعل الفرد يتوحد مع الشخصيات فينفعل بادائها ليتحرر من التوتر الناتج عن هذه الاحاسيس المبكوة.

وبهذا نجد أن التقمص يوفر للفرد مكافأة نفسية تجعله يعيش الواقع الذي يرغبه، ويتحرر من الضغوط النفسية التي يشكلها الواقع الحقيقي بما فيه من ضوابط وقيود ومحظورات تدعم حالات الاحباط لدى الفرد. والذي يفجره العمل الجماهيري في ما يرسم من شخصيات أو أعمال تساعد الفرد على تجاوز هذا الاحباط، أو تجعله امانا ضد هذه الضغوط وهذا الاحباط.

هذه العمليات المذكورة بجانب ما ذكر عن تشكيل الاتجاهات والادراك والمعرفة وغيرها، هي عمليات نفسية تتم في إطار علاقة الفرد بغيره من العالم المحيط به، والتي تجسدها العمليات الاتصالية التي يقوم بدور فيها، وتتجسد بصفة أساسية في صياغة عملية الاتصال من خلال الابداع الفني الجماهيري بوصفها أساس بناء هذه العملية، وكذلك بوصفها قوى مؤثرة وفاعلة على أطراف العملية الاتصالية التي تتمثل في الفنان المبدع في علاقته بالمجتمع، والعمل الفني الجماهيري، وكذلك المتلقى في علاقته بالفنان والعمل الفني الجماهيري.

مواش الفصل الخامس

١- راجع بالتفصيل:

- محمد عبد الحميد: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام، مرجع سابق

ص.ص ٩٢-٩٦

- Jonathan L. Freedman., Social Psychology., New Jersey

- Prentice Hall 1981 P.P 5-15.

٢- يوسف مراد: مرجع سابق: ص ٣٨

٣- آلان كاسبار: مرجع سابق ص ٩٠

٤- حسين حلمي المهندس: مرجع سابق ص.ص ١٨ ، ١٩

٥- راجع بالتفصيل:

جيهان رشتي: مرجع سابق، ص.ص ٩٤-٩٩

- E.C.Eyre., op.cit., P.15.

- Roy M.Berko., and others., Communicating: A Social and Career Focus., 3rd edition., New Jersey: Houghton. Mifflin Company 1985 p.162.

- Wilbur Schramm., Men, Message and Media; A look at Human Communication., New York;: Harper & Row Publishers 1973 p.p 62-64.

6- Kathleen K.Reardon., Persuasive Communication., London: Sage Publication - Beverly Hills 1981 p.49.

- 7- David J.Stang., Introduction to Social Psychology.,
California: Books, Cole Publishing Company 1981 p.271.
 - 8- Jonathan L. Freedman., et al., op.cit p.381.
 - 9- David J. Stang., op.cit p.p.275-276.
 - 10- Jonathan L.Freedman., et al., op.cit 253-263-
 - 11- Danial Katz., The Functional Approach to Study of Attitude., In: William J.Crotly., Public Opinion and poli-
tics: A Reader., New York: Holt, Rinihert and Winston Inc
1970 P.P 301-302.
 - 12- E.C.Eyre., op.cit p.p 15-16.
- ١٣- راجع بالتفصيل:
- جيهان رشتي: مرجع سابق ص.ص ٢٤٠ - ٢٥٦.
- Robert A.wickuund and Dieter Frey., Cognitive: Moti-
vational vs Non Motivational Perspective., In: Joseph
P.Forgas., (ed) Social Cognition: Perspective on Every
Understanding., london: Acadimic press 1981., pp 153-
156.-
- ١٤- طلعت منصور: سيكولوجية الاتصال، مجلة عالم الفكر: المجلد ١١ العدد
الثاني، الكويت: وزارة الإعلام ١٩٨٠ ص.ص ١٤٥ - ١٤٦.
- 15- Wayne N. Thompson., Responsible and Effective
Communication., Boston: Houghton Mifflin,1978.,p.123.

16- Ibid. p.125.

- Jay G.Blumler and Elihu Kalz (eds). The Uses of Mass Communication., Current Perspective On Gratification Research., London: Sage Publication 1974 p.p 19-34.

18- Abraham H. Maslow., Motivation and personality., 2nd edition, New York: Harber and Rew 1970 p.p 35-47.

١٩ - طلعت منصور: مرجع سابق. ص. ١٤٩ - ١٥٠

20- Melven L. Defleur and Everette E.Dennis., Understanding Mass Communication op. cit p.p 402-403.

21- Denis McQuil and Jay G.Blumler "The Television Audience: A Revised Perspective., In: Denis McQuil., (ed) Sociology of Mass Communication: Selected Reading., England: Penguin Book Ltd., 1972 p.p 142-143.

٢٢ - راجع بالتفصيل:

- جيهان رشتي: مرجع سابق ص. ٢٩٧ - ٤١٠

- طه محمود طه: وسائل الاتصال الحديثه، مجلة عالم الفكر: مرجع سابق ص.ص.

٧٥-٧٠

الفصل السادس

قضايا اتصالية في مجالات الإبداع الفني الجماهيري

تأثير جمهور المشاهدين على اتجاهات العمل الفنى الجماهيرى

يؤدى غياب المنظور الاتصالى فى مناقشة الأعمال الفنية الجماهيرية، إلى الاكتفاء بمناقشة أثر هذه الأعمال فى جماهير المشاهدين فقط. دون النظر إلى وجوب توافر العلاقة الاتصالية السابقة على انجاز هذه الأعمال، والتي تؤكد تأثير هذه الجماهير مبدئيا فى الاتجاه الفكرى والتنفيذى للقائمين بهذه الأعمال..

وهو اتجاه سابق لعملية الاتصال الجماهيرى. التى يمثل الفنان المبدع قائما بالاتصال فيها والعمل الفنى رسالة اتصالية موجهة إلى جمهور المشاهدين.

وهذا الاتجاه ضرورة يفرضها بناء التوقعات الخاصة بسلوك جمهور المشاهدين إزاء العمل الفنى المزمع تقديمه، سواء بالرفض أو القبول. هذا السلوك الذى يتأثر إلى حد كبير بالخصائص والأنماط الثقافية للجمهور وحاجاته من المشاهدة وتذوق الأعمال الفنية بصفة عامة.

وإذا كانت العروض الموسيقية الراقية، أو عروض الباليه، أو الأعمال المسرحية ذات الطابع الكلاسيكى الخاص تتوقع جمهورا خاصا. وتصيغ توقعاتها على هذا الأساس. فإن الأعمال السينمائية بصفة عامة والعروض المسرحية التى تناقش قضايا أو افكارا أو مفاهيم عامة، لا تستهدف جمهورا خاصا ولكنها تستهدف أطرا اجتماعية أو ثقافية سائدة، تؤثر فى سلوك المشاهدين نحو هذه الأعمال وبالتالي فإن السؤال المطروح بداية يكون: لمن توجه هذه الأعمال..؟ أو إلى أى فئة من فئات الجمهور توجه إليها..؟

وطرح هذا السؤال بداية يعنى الكشف عن خصائص وسمات هذا الجمهور وإطار معايير الاجتماعية والثقافية.

وهذا يعنى عدم الحاجة إلى اللغة المشتركة فقط. ولكن الحاجة تكون أكثر إلى الأفكار المشتركة. التى تتأثر فى صياغتها بهذه الخصائص والسمات. والتى يتم من خلالها تقسيم جمهور المشاهدين إلى فئات - تبعا لنظرية الفئات - يجتمع لها سلوكا مشتركا فى التعرض والمشاركة للأعمال الفنية الجماهيرية.

فجمهور المشاهدين - كما سبق أوضحنا - ليس جمهورا متجانسا، ولكنه جمهور متباين فى علاقته بهذه الفئات من جانب، وفى علاقته بالخصائص الاجتماعية والثقافية من جانب آخر.

وهذه الرؤية يجب أن تتجسد بداية فى تفكير الفنان المبدع عند صياغته لعمل فنى جماهيرى يصل به إلى فئة من هذه الفئات وليس كل الفئات.

فصغار السن وذوو التعليم الأقل وأصحاب المستويات الاقتصادية المتدنية تبحث عن الرضا الوقتى أو اللحظى أو الأهداف العاجلة، وكذلك المرأة حتى سن متقدم عن نظيرها فى الرجل.

وكذلك الجمهور الأنسى - ممن لا يميل إلى القراءة والكتابة وإن كان ممن يقرأ ويكتب - الذى يبحث عن الترفيه والإثارة والأفكار الخفيفة بحثا عن جهد أقل فى عملية المشاهدة والمتابعة.

وهو - كما سبق أن ذكرنا - ليس له اتجاهات فكرية، يميل إلى الإشباع الذاتى ويبحث عن الرضا اللحظى، يميل إلى المشاهدة وليس إلى التفكير، وترضيه الصور السطحية دون حاجة إلى التفسير أو عمق الفهم للوقائع والأحداث، يهتم بدوافعه الخاصة والهروب من روتين الحياة. ولذلك فإنه لا يبذل جهدا فى المشاركة الاتصالية مع العمل الفنى الجماهيرى.

وعادة ما ينتمى هذا الجمهور إلى فئات الجمهور ذات المستويات الاقتصادية المتدنية

أو ممن يقعون فى أسفل الطبقة الوسطى. ولذلك تكون نسبتهم كبيرة فى المجتمعات النامية ومؤثرة إلى حد كبير فى المجتمعات المتقدمة.

وقد يكون من بين فئات الطبقة الوسطى الجمهور النفعى أو المادى أو العلمى. وإن كان يختلف عن الجمهور السابق، فى مشاركته فى آلية المجتمع، إلا أن رغبة أفرادها فى زيادة دخولهم واهتمامهم بالمنزلة أو المركز الذى تعكسه الملكية المادية يدفعهم إلى التعرض والمشاركة للتعرف على كيفية تحقيق هذه الأهداف. ولكنهم لا يميلون إلى الأفكار أو التفكير. ويتجه ميلهم أكثر إلى الاتجاهات المادية والمحتوى الفنى، وإن كان جادا وليس خفيفا، ولكنه يرى أنه ينفعه فى الأجل الطويل ولأسباب عملية جدا.

أما المفكرون أو ممن ينتمون إلى الصفوة فى المجتمع فإنهم عادة ما يتعالون على فكرة الجمهور العام، ويرفضون الأعمال الجماهيرية لرايهم المسبق فى أهدافها وانخفاض مستواها. حيث تقدم للمجتمع الجماهيرى ما يريده ولا تستهدف هذه الأعمال الارتفاع بهذه الجماهير وذوقها العام.

وهذا التقسيم فى علاقته بإطار السلوك المذكور، هو الذى يحدد إطار العمل الفنى وأهدافه. وذلك فى إطار ما تمثله كل فئة أو تقسيم من التقسيمات الخاصة بالجمهور فى المجتمع الكل.

وتفسر إلى حد كبير سيادة الأعمال التى تخاطب فئة من هذه الفئات. تمثل النسبة الأكبر فى البناء الجماهيرى للمجتمع الكل. ولا يختلف هذا التفسير من مجتمع إلى آخر سوى بقدر تمثيل كل فئة إلى الأخرى فى المجتمع.

وإذا كانت فئات التعليم والمستويات الاقتصادية المتدنية هى الأكثر انتشارا فى المجتمعات النامية. فإن فئات الشباب والمستويات التعليمية الأقل وأصحاب الاتجاه العلمى والمادى تعتبر أكثر انتشارا أيضا فى بعض المجتمعات المتقدمة. ولذلك يكون

معيار التفرقة في تأثير الجمهور على الأعمال الفنية الجماهيرية بين المجتمعات على أساس سيادة كل فئة على الأخرى.

ومن خلال التطبيق قد يجيب صاحب العمل الجماهيري أو الفنان بالعبارة التقليدية التي نسمعها كثيرا.. «الجمهور عاوز كده». وهذه الإجابة وإن كانت تقدم تعبيراً عن مفهوم تأثير الجمهور على اتجاهات العمل الجماهيرية. إلا أنها تفتقد الأساس العلمي الذي تقوم عليه. وذلك لغياب البحوث العلمية التي تحدد بدقة وموضوعية اتجاهات الجمهور نحو الأعمال الفنية الجماهيرية. والتي يمكن أن يستند الفنان أو المنتج إلي نتائجها في اختياره للأفكار وصياغته للأعمال التي تتفق مع هذه الاتجاهات التي تحدها نتائج الدراسات العلمية المستمرة.

ومن جانب آخر فإن مسئولية الفن في المجتمع. لا تتفق مع تحقيق رغبات هذه الفئات السائدة بقدر ما تتفق مع تحقيق حاجات هذه الفئات التي ترتبط بدوافع المشاهدة والتعرض. وحاجة المجتمع في الارتفاع بالذوق العام ودعم القيم الاجتماعية الأصيلة.

وبذلك يتبلور تأثير جمهور المشاهدين علي اتجاهات العمل الجماهيري في الخطوات التالية:

- تحديد الفئات المستهدفة من جمهور المشاهدين.
- تحديد الأهداف الخاصة بإنتاج وإخراج العمل الفني.
- بناء التوقعات الخاصة بسلوك الجمهور المستهدف الذي يتفق مع خصائصه وسماته وإطاره الاجتماعي والثقافي.
- صياغة العلاقة بين الأهداف والتوقعات.
- قبول الفكرة أو رفضها في إطار نتائج صياغة العلاقة بين الأهداف والتوقعات.

وذلك يتم بداية قبل تنفيذ العمل الفنى ودخوله عملية الاتصال الجماهيرى من خلال العرض والمشاهدة.

فشل الأعمال الفنية جماهيريا على الرغم من استكمال المقومات الفنية الإبداعية

قد يكون استكمال المقومات الفنية في العمل الفني الجماهيرى وبصفة خاصة فى مجال السينما مسوغا لدخول هذا العمل المسابقات والمهرجانات الفنية المحلية والدولية، بل وتحقيق نتائج مبهرة فى هذه المسابقات. لكن هذا العمل لا يحظى بقبول الجماهير له عند عرضه جماهيريا.

وعلى الرغم من الاتجاه العلمى لتعريف الفن من جانب والإبداع من جانب آخر وما يفرض هذا الاتجاه من ضرورات ترتبط بتأكيد مفهوم العملية الاتصالية فى الفن والإبداع - وهو ما سبق أن ناقشناه فى الفصل الثانى من هذا الكتاب - على الرغم من ذلك فإنه يغيب كثيرا عن الفنان المبدع هذا المفهوم فى صياغته للعمل الفنى. أو نجده يحد كثيرا من إطار العملية الاتصالية للعمل الفنى فيستهدف جمهورا آخر، قد يكون جمهورا خاصا وليس الجمهور العام.

وفي الحالتين: سواء غاب عن الفنان المفهوم الاتصالى، أو قام بتحديد هذا المفهوم فى علاقته بالجمهور الخاص. فإن الفنان نجده يغالى كثيرا فى توظيف تقنيات العمل الفنى ولفتها ومعطياتها بشكل يضع حاجزا للاتصال بالجمهور العام الذى تستهدفه الأعمال الفنية الجماهيرية بصفة عامة.

ولا يعنى ذلك تحديدا لأهمية الإبداع الفنى فى هذه الأعمال، أو تعارضا بين الإبداع الفنى وحاجة المجتمع الجماهيرى له. ذلك أنه من الوظائف الأساسية للإبداع الفنى الارتقاء بالذوق العام والارتفاع بالوعى الفنى لدى جماهير المجتمع.. إلا أن ذلك يعنى

استحضار المفهوم الاتصالي خلال عملية الإبداع الفنى وإخراج العمل الفنى إلى حيز الوجود. حتى يضمن الفنان بذلك نجاح العمل فى كافة الاتجاهات وقبول الجماهير له. ذلك أن الاهتمام بالمقومات الفنية الإبداعية وحدها، فى غياب الوعى الفنى الجماهيرى. وانخفاض الذوق العام لن يؤدى إلا إلى رفض الجمهور العام لهذا العمل. وغياب الوعى الفنى وانخفاض الذوق العام، قد يكون من سمات المجتمع الجماهيرى الذى يسود فيه انخفاض مستوى التعليم، والأمية الثقافية، وسيادة الأعمال التجارية التى تستهدف التعامل مع غرائز الجمهور العام وعواطفه بدرجة الأولى.

بالإضافة إلى أن اهتمام الفنان المبدع بالمقومات الفنية الإبداعية وحدها دون المفهوم الاتصالي. يعنى أن هذا الفنان يقوم بصياغة العمل الفنى من خلال إطاره الدلالى الذاتى وخبرته وتجربته الخاصة، أو فى إطار الخبرة والتجربة الخاصة بالجمهور الخاص. مع اغفال الخبرة والتجربة الخاصة بالجمهور العام وإطاره الدلالى الذى يساعده على إدراك الرموز الاتصالية ومعناها، والتى يتعرض لها ويشاهدها فى الأعمال الفنية. وبصفة خاصة فى الأعمال السينمائية التى تتعدد رموزها، وتتميز اللغة الخاصة بها التى قد ترتفع فى بعض الأحوال فوق حدود الإطار المعرفى ومدرجات الجمهور العام فى تعرضه للأعمال الفنية.

ولذلك فإن اهتمام الفنان المبدع بمجال الخبرة المشتركة - كما شرحها ويلبور شرام W.Schramm فى نموذج للاتصال الجماهيرى - التى تجتمع فى منطقة بين خبرة الفنان وخبرة الجمهور العام. هذا الاهتمام يسهم كثيرا فى تجاوز الصعوبات الخاصة بعدم إدراك الجمهور لرموز العمل الفنى وبالتالي قبول الجمهور لهذا العمل.

ومن جانب آخر فإن الجمهور حتى وأن اتسم بارتفاع الوعى الفنى والذوق العام، إلا أن مشاهدته للأعمال السابقة، ساهمت فى تكوين إطار معرفى عن الفنان المبدع

يؤثر فى تكوين اتجاه الجمهور نحو هذا الفنان سواء كان هذا الاتجاه ايجابيا أم سلبيا. وطبقا لنموذج التوازن عن هيدر F.Heider فإن الأفراد يكونون اتجاهها نحو الآخرين فى إطار علاقات الوحدة unit relations التى تجمع بين الآخرين وأعمالهم فى وحدة واحدة. يتأثر أحد عنصرىها - الفرد الآخر وأعماله أو أقواله - باتجاه الفرد نحو العنصر الآخر.

فإذا كانت سابقة الخبرات قد ساهمت فى تشكيل اتجاه سلبى نحو أعمال الفرد الآخر. فإن الفرد حتى يشعر بحالة التوازن فى عملية الاتصال قد يرفض التعرض إلى أعماله. حتى وإن كان اتجاهه نحو الآخر ايجابيا. وكذلك قد يرفض التعرض إلى الأعمال أيضا متى ساهمت الخبرات السابقة فى تشكيل اتجاه سلبى نحو الفرد الآخر. وتظل هذه الحالة حتى يتمكن الفرد من تعديل الإطار المعرفى نحو أى من العنصرين ليتفق الاتجاه الايجابى نحوهما، فيقبل على العمل. أو الاتجاه السلبى نحوهما معا فيرفضهما معا.

وهذا ما يطبق على الأعمال الفنية المتميزة التى قد لا تجد قبولا لدى جمهور المشاهدين. متى كان اتجاه هذا الجمهور نحو الفنان المبدع سلبيا نتيجة الخبرة السابقة والمتراكمة التى ساهمت فى تشكيل هذا الاتجاه. خاصة إذا كان الفنان المبدع ظاهرا فى صياغة هذا العمل بشكل مؤثر مثل المؤلف أو السيناريست أو المخرج أو الممثل الأول فى العمل الفنى الجماهيرى.

ولذلك يرتبط تعديل الاتجاه بتعديل الإطار المعرفى عن الفنان أو الأعمال من خلال دعم الاتصال المعرفى مع أفراد الجمهور فى عمليات اتصال تسبق أو تلازم عرض العمل الفنى الجماهيرى.

وهذا ما يستلزم الدراسة المستمرة لجمهور المشاهدين للتعرف على خصائصهم

وسماتهم ومعاييرهم الثقافية التى تؤثر فى اتجاه هذا الجمهور نحو الأعمال الفنية. وكذلك التعرف على الإطار المعرفى للفنان المبدع، هذا الإطار الذى يسهم فى تشكيل اتجاه الجمهور نحوه.

وتشير ضرورة الدراسة المستمرة لجمهور المشاهدين، أهمية نتائج مثل هذه الدراسات فى تشكيل اتجاه الفنان المبدع نحو جمهوره. ذلك أن نجاح التفاعل بين أطراف العملية لا يستلزم فقط تحقيق التوازن فى اتجاه الآخرين نحو الفرد وأعماله. ولكنه يستلزم أيضا طبقا لنظرية نيوكومب T.Newcomb التعرف على اتجاه الفرد نحو الآخرين. ليضاف بذلك متغير آخر إلى الاتجاه نحو الوحدة فى عملية الاتصال. فالفرد فى جمهور المشاهدين لا يكتفى فقط بتحديد اتجاهه نحو الفنان وأعماله فقط. ولكنه يحتاج لتحقيق التوازن أن يعرف أيضا اتجاه الفنان نحوه أيضا. فقد ترتفع قيمة الأعمال الفنية إلى درجة كبيرة من ناحية استكمال المقومات الفنية الإبداعية، إلا أن هذه القيمة تصطدم بمعرفة الجمهور باتجاه الفنان الذى قام بهذا العمل نحوه والذى قد يتجسد فى الأهداف المنظورة لتقديم مثل هذا العمل.

وبجانب ذلك يؤثر فى صياغة هذه العلاقة الاتصالية أيضا. معرفة الجمهور لاتجاه الفنان المبدع نحو هذا العمل. ولا يعنى اهتمام الفنان بتوفير الطاقات والإمكانيات الإبداعية توافر الاتجاه الإيجابى نحو هذا العمل فى علاقته بالمجتمع الجماهيرى. لأن هذا الاتجاه الإيجابى قد لا يكون إلا فى إطار العلاقة مع الجمهور الخاص أو العروض الخارجية. ولذلك فإن المعيار فى اتجاه الفنان المبدع الذى تتناوله فى هذه النظرية، هو الاتجاه فى علاقته بعملية الاتصال الجماهيرى التى تتم فى إطار المجتمع الجماهيرى. ولذلك فإن نجاح العمل الإبداعى الفنى جماهيريا، يفرض على الفنان مبدئيا ألا يرتفع بمستوى توظيف الطاقات الإبداعية فوق مستوى الجمهور المستهدف الذى يتأثر

سلوكه نحو هذه الأعمال بخصائص الإطار الثقافي العام. حتى وإن كان الهدف هو الارتفاع بالذوق العام، فإن المبدأ يكون في هذه الحالة توظيف نظريات التعلم في الاتصال أو نظريات المعرفة الإدراكية. لتأثيرها في تشكيل اتجاهات الجمهور والتأثير في سلوكه.

وذلك بجانب الكشف عن الخبرات والتجارب المتراكمة لهذا الجمهور التي تؤثر في إطار المعرفة الإدراكية. وتؤثر بالتالي في صياغة العملية الاتصالية ونجاحها.

الاستثمار المالى في الأعمال الفنية الجماهيرية وتأثيرها على الذوق العام

من الحقائق التاريخية أن المخرج الأمريكى جريغيث D.W.Greveth بعد أن نجح فى استخدام الإمكانيات المتطورة للكاميرا فى السينما، وأدخل رؤى جديدة فى المنتج السينمائى وإخرج أفلامه المتميزة فى عام ١٩١٥: ميلاد امه، والتعصب ووصل فيهما إلى القمة فى عمله كمخرج، إنه اضطر بعد ذلك لتوفير التمويل الخارجى لأفلامه، أن فقد بعضا من استقلاله فى إنتاج الأفلام التى يريد، وكيف يريد، ومع جداول الإنتاج التى يريد.

هذه الحقيقة التاريخية تشمل بوضوح اتجاهات تأثير الفكر التجارى على صناعة السينما فى إنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية. ذلك أن السينما بصفة خاصة من وسائل الاتصال الجماهيرى التى تنصدر إنتاج مثل هذه الأعمال تتميز بعدد من الخصائص الاقتصادية مثل:

- ضخامة الاستثمارات فى إنتاج الأعمال الخاصة بها. والأرقام الفلكية التى نسمع عنها فى هذه الأيام تقدم دليلا على ذلك. وعلى سبيل المثال فقد وصلت تكلفة فيلم صوت الموسيقى فى الستينات إلى ما يقرب من ٢٥ مليون دولار.

- ضخامة النفقات الإعلانية عن الفيلم، وغياب الإيرادات الإعلانية مقارنة بالراديو والتلفزيون. التى يقوم الإعلان فيها بتغطية جانب كبير من نفقات الأعمال الدرامية والبرامج التى تذاع فيها.

- الاعتماد الكلى على إيرادات شبك التذاكر. وهذا يعنى أن جمهور المشاهدين هو

المصدر الأساسى لتمويل هذه الأعمال داخل وخارج المجتمع الذي تم فيه إنتاج الأعمال الفنية.

وينفس المستوى نجد أن المسرح أصبح يتسم بهذه الخصائص نسبيا، خصوصا مع ارتفاع أجور الممثلين والعاملين في الأعمال الفنية المسرحية. ومع مراعاة حدود نطاق العرض المسرحى وإيراداته - حفل واحد يوميا في مكان واحد - حتى وأن استمر العرض المسرحى لسنوات.

وأثرت هذه الخصائص في اتجاهات تمويل أو منتج العمل الفنى الذى يضع فى اعتباره العوامل الاقتصادية باستثمار أمواله فى هذه الأعمال وخاصة ما يتعلق باتجاهات ضغط النفقات ودوران رأس المال ونسبة العائد المالى على رأس المال المستثمر في هذه الأعمال.

وعندما تفتقد هذه الأعمال الفنان المنتج أو الممول بغيابه تماما عن الاستثمار في هذا المجال أو ندرته فيها. فإنه يسود فى هذه الحالة سيطرة الفكر الاقتصادى على إنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية، وتصبح حسابات السوق والياته هى المدخل لإنتاج وتقويم هذه الأعمال من وجهة نظر المنتج أو الممول غير الفنان.

ومثل أى عمل اقتصادى يستهدف الربح المادى فإنه يبدأ بدراسة السوق للكشف عن خصائص المستهلكين للسلعة أو الخدمة. وهم في هذه الحالة جمهور المشاهدين. الذين يشكلون المصدر الأساسى لتمويل إيرادات الأعمال الفنية الجماهيرية. وبالتالي سيكون جهد المنتج أو الممول تقديم الأعمال الفنية التى ترضى هذا الجمهور تبعا لخصائصه وسعائه الأولية وإطاره المرجعى الاجتماعى والثقافى.

ولقد أثبتت معظم الدراسات والبحوث العلمية أن الأعمال الفنية التى تصور العنف والجريمة والجنس والإثارة والميلودراما السوداء، والموسيقى الإيحائية، وهى أعمال

يضعها النقاد والصفوة فى إطار الأعمال ذات الذوق المتدنى. وتستميل اعدادا كبيرة من الجمهور، الذي لم توفر له التنشئة الاجتماعية القدرة على تذوق الأعمال الفنية الراقية. بسبب انخفاض مستوى التعليم، وتأثير الجماعات المرجعية وإطار القيم الاجتماعية والثقافية التى تحدد لهم إطار الحكم والتقدير للأعمال والأفكار التى يتعرضون لها فى حياتهم، وكذلك سلوكهم الاتصالى نحو وسائل الاتصال الجماهيرى ومنها الفيلم السينمائى والعرض المسرحى على سبيل المثال.

ومادام مثل هذه الأعمال ترضي أكبر عدد ممكن من جمهور المشاهدين، فإن هذا العدد سيكون هو الجمهور المستهدف فى تمويل وإنتاج مثل هذه الأعمال ذات الذوق المتدنى. وبذلك فإن الفيلم السينمائى والعرض المسرحى فى هذه الحالة سيعمل على دعم هذا المستوى من الذوق بدلا من محاولة تعديله أو المخاطرة فى هذا الاتجاه، والتى قد تؤثر على إيرادات الفيلم السينمائى أو العرض المسرحى، وتؤثر بالتالى على توازن الاستثمار فى هذا المجال.

هذا من جانب ومن جانب آخر فإن السينما والمسرح - تبعا لرؤية الباحث ميلفن ديفليور M.Defleur بوصفها وسائل للاتصال الجماهيرى، تعتبر نظما اجتماعية تعمل فى إطار السياق الاجتماعى متأثرة بنظمة ومؤسساته الاجتماعية والتى تؤثر بالتالى فى اتجاهات الدعم والتمويل لمثل هذه الوسائل دعما واستمرارا لأداء دورها فى هذا السياق، ومادام السياق الاجتماعى العام يعمل فى دائرة الاتجاه الاقتصادى أو المنظور المادى فى حركة واليات النظم والمؤسسات الاجتماعية، فإن السينما والمسرح بالتالى سوف تعمل فى هذه الدائرة متأثرة بها.

والنظر إلى المؤسسات الخاصة بإنتاج الأعمال الفنية الجماهيرية بوصفها نظما اجتماعية، يتطلب النظر أيضا إلى مصادر التمويل - الممول والموزع ووكالات الإعلان - ومحتوى هذه الأعمال، وجمهورها بوصفها عناصر هذه النظم تعمل من خلال حركتها

وعلاقتها على استمرار هذه النظم.

ويعتبر جمهور المشاهدين المرتكز الأساسى فى دعم هذه النظم واستمرار حركتها، يتجه إليه من البداية المنتج والممول والمعلن ليقدم له من خلال الأعمال الفنية المحتوى الذى يثير اهتمامه ويلقى قبولا لديه. خصوصا إذا توفرت لهذا الجمهور القدرات المالية التى تجعله مصدرا أساسيا لإيرادات هذه الأعمال.

ولا يتوقف تأثير هذا السياق على عناصر التمويل والمحتوى والجمهور فقط، بل يمتد هذا التأثير إلى سلسلة العاملين والمؤدين فى هذه الأعمال. الذين يدعمون العلاقة الطردية بين إيرادات مثل هذه الأعمال وأجورهم أو نفقات اشتراكهم فى هذه الأعمال. وذلك من خلال رؤيتهم لحركة الاتجاه الاقتصادى أو تأثير المنظور المادى على آليات التعامل فى الأعمال الفنية فى إطار السياق الاجتماعى الكلى.

وهذا يؤدي إلى وحدة الاتجاه نحو الجمهور الذى يحقق أكبر عائد ممكن. وصياغة المحتوى والأعمال الفنية التى تجد قبولا لدى هذا الجمهور.

كما يشكل الجمهور عنصرا من عناصر مؤسسات السينما والمسرح كنظام اجتماعى، فإنه يشكل أيضا العنصر الرئيسى للنظم الاجتماعية الأخرى مثل الهيئات التنفيذية والتشريعية والاتحادات والنقابات التى تستمد من هذا الجمهور الدعم والتأييد الخاص بوجودها واستمرارها. وسوف نجدها بالتالى تصبح أكثر حذرا فى إصدار التشريعات أو اتخاذ الإجراءات التى تتعارض مع رغبات الجمهور العام.

وبذلك نرى أنه فى إطار سياق اجتماعى معين فإن كل القوى المحركة أو الفاعلة فى هذا السياق تتجه بأفكارها واتجاهاتها إلى هذا الجمهور. الذى يطلق عليه صفة الجمهور العام بسماته وخصائصه وإطاره الثقافى والاجتماعى. والذي يتأثر فى انتقائه وأحكامه على الأعمال الفنية بهذه الخصائص والسمات ومنها مستوى التعليم

واتجاهات القيم الثقافية والاجتماعية التى تسود فى المجتمع بسيادة سياق اجتماعى معين بخصائصه وسماته. وإذا كانت خصائص وسمات هذا الجمهور تدعم اتجاهه نحو الأعمال الهابطة والذوق المنخفض. فإن الفيلم والمسرح سيخاطب هذه الاتجاهات من خلال المحتوى الترفيهى أو الأعمال التى تحقق الرضا الوقتى أو اللحظى ارضاء لهذا الجمهور. الذى يعتبر المصدر الأساسى لآيراداته ويحافظ على استمراره فى المجتمع. وبالتالي سنجد أن هذه المؤسسات تعمل على دعم الذوق المتدنئ بدلا من تغييره، محافظة على وجودها واستمرارها فى المجتمع، بوصفها مجالا من مجالات الاستثمار المالى والاقتصادى.

وهذا التحليل لا يعتبر اتجاها عاما لوظائف الأعمال الفنية الجماهيرية. ذلك لأنه يرتبط بصفة أساسية بمستوى التعليم فى المجتمع والاتجاه الثقافى والإعلامى فى المجتمع وقدرته على التماسك فى مواجهة القيم المادية التى تؤثر على اتجاهات الأعمال الفنية الجماهيرية.

النتائج الجانبية لعرض الأعمال الفنية الجماهيرية

تهتم نماذج التحليل الوظيفي بالكشف عن الوظائف أو الأدوار التي تقوم بها نظم معينة، أو النتائج التي يسفر عنها تكرار ظاهرة اجتماعية تؤثر على أداء هذه النظم. وقد اهتم تشارلز رايت Charles Right بتطبيق التحليل الوظيفي على الأدوار التي تقوم بها وسائل الاتصال الجماهيرية من خلال المواد التي تقوم بعرضها بشكل نمطي.

وقد ناقشنا في الفصل الثاني من هذا الكتاب الوظائف أو الأدوار الخاصة بالاتصال في مجالات الإبداع الفني، والتي تجسدها الأعمال الفنية الجماهيرية عند عرضها من خلال الفيلم أو العمل المسرحي. والاتصال في مجالات الإبداع الفني لا يقوم بوظيفة الإعلام أو الاخبار، ولا يقوم بصفة عاجلة بشرح وتفسير الأخبار إلى جمهور المتلقين. ولكنه يهتم بشكل خاص - كما سبق أن ذكرنا - بتطوير المعرفة والخبرة والتجربة المكتسبة للأفراد، ودعم السلوك الاجتماعي الذي يتأثر بالقيم والاعراف والتقاليد السائدة، ودعم القيم الجمالية لدى الفرد والمجتمع والارتقاء الذوق العام، بالإضافة إلى دعم الأطر الثقافية السائدة وتعزيز التواصل الثقافي بين الأجيال، وكذلك القيام بوظيفة الترفيه والتسلية والامتناع.

ولا يقتصر التحليل الوظيفي على دراسة النتائج الظاهرة أو المطلوبة، بل يأخذ في اعتباره الحدود الفاصلة بين النتائج التي تظهر فعلا، وما هو مستهدف من النشاط، فليس من الضروري أن تسفر نتائج التحليل على اتفاق تام بين الأهداف الموضوعة مقدما أو الوظائف المحددة، والنتائج المترتبة على عرض محتوى الاتصال في وسيلة من الوسائل. ويفصل الباحث روبرت مورتون R.Morton تماما بين نتائج نشاط وسائل

الاتصال الجماهيري على الفرد والمجتمع والأهداف التي من أجلها يتم صياغة الأعمال والقيام بهذا النشاط.

وإذا ما اتجهنا إلى تطبيق هذا الاتجاه على الأعمال الفنية الجماهيرية سنجد الكثير من العوامل التي تدعم التباين فعلا بين ما يستهدفه الفنان المبدع من عرض هذه الأعمال وما يتحقق فعلا بين الأفراد أو المجتمع من نتائج بعد العرض أو تراكم الأفكار النمطية في العروض الفنية الجماهيرية.

فهذه الأعمال تستخدم رموزا تتباين تفسيراتها بتباين فئات جمهور المشاهدين وخصائصها وسماتها العامة والاجتماعية والثقافية. وعرض هذه الرموز في علاقتها ببعضها وفي علاقتها بالأفكار التي تعبر عنها تبعا لرؤية مخرج العمل يؤدي إلى صورة من صور التباين أيضا في التفسيرات. بل إن الأثر كثير ما يرتبط بعرض الأفكار في علاقتها ببعضها. مثل التركيز على أحدهما أكثر أو التقديم والتأخير أو المساحات الزمنية المقارنه لعرض هذه الأفكار. أو وسائل تجسيدها من خلال الرموز الفنية. كل هذا قد يؤدي إلى اثار تتباين رؤية المتلقين حولها وتثير جدلا حول حدود هذه الاثار واتجاهها.

فتراكم عرض أحد الظواهر الاجتماعية على سبيل المثال بهدف التحذير، قد يؤدي من جانب اخر إلى إثارة الذعر في المجتمع في مستوى من مستويات الأثر، أو التعايش مع هذه الظاهرة بوصفها نتيجة سلوكية لظهور بعض العوامل والمتغيرات التي أدت إلى ظهورها وانتشارها، والتعامل معها على هذا الأساس.

وإذا كان الباحثون في مجال الاتصال الجماهيري بصفة عامة قد اهتموا بتحليل الوظائف النمطية للاتصال وبرزوا الجوانب الإيجابية والسلبية، أو النتائج الظاهرة أو الكامنة لوسائل الاتصال الجماهيري بصفة عامة. فإن ذلك يدعونا إلى التخصيص في

تطبيق نموذج التحليل الوظيفي على الأعمال الفنية الجماهيرية بما يتفق والخصائص الاتصالية لهذه الأعمال ووظائفها - والسابق ذكرها في الفصل الثاني من هذا الكتاب - والكشف عن النتائج الجانبية التي تتحقق من عرض هذه الأعمال جماهيريا. وهى ما تختلف تماما عن الأهداف الخاصة بانتاج هذه الأعمال من وجهة نظر المؤلف أو السيناريست أو المخرج بوصفه قائما بالاتصال فى هذه العملية الاتصالية.

ونوجز مثل هذه النتائج الجانبية فى الاتى:

- إثارة الذعر بين الجماهير:

فى الأعمال الفنية وهى تتعرض إلى الظواهر غير المقبولة اجتماعيا والتي تشكل خطرا على المجتمع بقصد تحذير المجتمع من هذه الأخطار ونتائجها. فإن العرض المتراكم لمثل هذه الأخطار وتناولها المتكرر، قد يزيد من توتر الجمهور وإصابته بالذعر من وجود هذه الظواهر التى تشكل خطرا على أمنه وحياته ومستقبله. هذا الذعر يكون سببا فى معظم الأحوال فى حدوث شلل فكرى وعجز الأفراد عن مواجهة الخطر بالسلوك المناسب.

وعلى سبيل المثال فإن العرض المتكرر لظاهرة خطف الاناث، قد يؤدي إلى تصاعد الخوف والذعر الذى يجعل الفرد يفشل فى دراسة الظاهرة وأسبابها دراسة عاقلة ومتزنة ويكون القرار المترتب على حالة الذعر أو الخوف الزايد هو منع الاناث من الخروج بمفردهن. وهذا وحده ليس كافيا لبحث الظاهرة وأسبابها على سبيل المثال. وكذلك تراكم العرض حول ظاهرة تعاظم الفتیان للمخدرات قد يؤدي الذعر من هذه الظاهرة إلى حدوث توتر فى العلاقة بين الاباء والابناء نتيجة للقيود والضوابط التى تفرض فى هذه الحالة متأثرة بحالة الخوف الزائد دون النظر أيضا إلى الظاهرة بشكل علمى. وهكذا ومن جانب اخر فإن تراكم عرض هذه الأعمال مع إحساس الفرد بعدم

قدرته على مواجهة مثل هذه الأخطار قد تجعله ينسحب تدريجيا من مواجهة الظاهرة أو التأثير فيها إلى الاهتمام بأمور أخرى غير التي تناقش مصادر الأخطار. هروبا منها أو تجنباً للتوتر الذى يسببه مشاهدة مثل هذه الأعمال.

- التحذير أو استشارة السلوك السلبى للمشاهد. خصوصا فيما يتعلق

بالقضايا والموضوعات التى تناقش الانحراف والفساد. فالفرد الذى يتعرض لفيض من الأعمال نجده في كثير من الأحوال يكتفى بمجرد المعرفة السطحية لهذه الأمور. لأن الأعمال الفنية عادة ما تقدم إلى المشاهد هذه القضايا معلبة أو جاهزة بالحل الذى يراه الفنان من وجهة نظره. ولذلك تقف حدود استجابة المشاهد عند مجرد مشاهدة والاستغراق فى العمل الفنى دون الرغبة فى القيام بعمل ما فى الواقع الحقيقى الذى يناقش هذه القضايا والموضوعات. بل إنه يترك نفسه أسيرا لهذا الواقع الذى يقدمه له الفنان جاهزا وكاملا. ومن هنا يتسم سلوك المشاهد بعد ذلك بالسلبية أو اللامبالاة إزاء القضايا أو الموضوعات المطروحة وعلاقتها بالواقع الحقيقى. ونلاحظ أن الأعمال الفنية الجماهيرية فيما يتعلق بالموضوعات والأفكار التى تناقش الاخطار أو الانحراف أو الفساد أنها تقدم المشكلة وحلولها الجاهزة فتفرض بذلك قيودا على المشاهد فى استشارة تفكيره للمشاركة فى مناقشة هذه الموضوعات والقضايا. ومع تراكم العرض والمشاهدة يصبح المشاهد أسيرا لعادة المشاهدة فقط دون المشاركة. وهو سلوك سلبى يترتب على المشاهدة وتراكم التعرض لمثل هذه الأفكار والموضوعات. وهو ما يطلق عليه التحذير. حيث لا يشعر المشاهد بالتقصير لعدم المشاركة.

ويرتبط بالتحذير كنتيجة جانبية ظاهرة الاغتراب وابتعاد المشاهد عن واقعة الحقيقى، والحياة فى الواقع الذى يرسمه العمل الفنى وهو واقع تؤثر فى رسمه القوى التى تتفاعل فى سبيل اخراج العمل الفنى فتجعله بعيدا إلى حد ما عن الواقع

الحقيقى. فلا يستطيع العمل الفنى أن يرسم الواقع الحقيقى بأمانة بتأثير خصائص هذا العمل من جانب والقوى الاخرى المؤثرة من جانب - كما سبق أن نكرنا فى الخصائص الاتصالية للفيلم على سبيل المثال.

وبهذا فإن معايشة المشاهد لهذا الواقع الذى يرسم العمل الفنى الجماهيرى. يجعله يقترب من الواقع الحقيقى. فيعيش مشاكل الواقع الفنى وحلوله، قابلا لها ومصدقا بفضل تواتر الأحداث فى سياق العمل الفنى.

وبذلك فإن التخدير والاعتراب يضاعف من حالة اللامبالاة والسلبية للمشاهد إزاء ما يحدث من مشكلات أو وقائع فى عالمه الحقيقى مكتفيا بالأفكار والموضوعات المعلقة التى يقدمها له الفنان فى عمل من الأعمال الفنية الجماهيرية.

- ومن النتائج الجانبية الأخرى التى يشعر بها المشاهد نتيجة تراكم المشاهدة للأعمال الفنية الجماهيرية. إحساس هذا المشاهد بالاحباط النفسى، الناتج عن تقييمه لقدراته وإمكانياته الذاتية أو إمكانيات المجتمع فى الوصول إلى الصورة الفنية التى يرسمها العمل الفنى الجماهيرى سواء فى السلوك الانسانى أو مظاهر الحياة أو تأثير تقنيات العمل الفنى فى تجسيد هذه المظاهر.

فالفنان قد يتطلع فى رسم صور العمل الفنى واشخاصه إلى الكمال والنضج والمثالية فى مسار الأحداث وتأثيرها وعلاقات الشخصيات وحياتها. حتى وأن استعاد هذه الصور من ثقافات أجنبية أخرى تساعده فى نقل الفكرة.

وهذه الصور التى تتراكم فى الأعمال الفنية ترسم اتجاهها لتطلعات المشاهد التى تتنامى مع تراكم المشاهدة. ولكنها فى حالات اليقظة تصطدم بالواقع الذى يرسم الإمكانيات والقدرات المحدودة للفرد والمجتمع فى تحقيق هذه التطلعات. ويصاب عندئذ بالاحباط النفسى نتيجة لإحساسه بالعجز واليأس من تحقيق هذه الآمال والتوقعات.

وهذا ما يحدث من تعرض الفرد للثقافات الاجنبية التي ترسم واقعا مختلفة تماما عن الواقع المحلى وتثير تطلعات المشاهدين إلى تحقيق مظاهر الحياة التى ترسمها هذه الأعمال. والتي ما تلبث أن تصطدم بإمكانيات وقدرات الواقع المحلى. فتصيب افراد المجتمع بالإحباط النفسى نتيجة ذلك.

- انتشار ظاهرة العنف فى المجتمع:

قدمنا من قبل أن وسائل الاتصال الجماهيرى وهى تعمل على استمالة الحجم الأكبر من جمهور المتلقين تلجأ إلى أعمال العنف والاثارة لجذب أكبر قدر ممكن من الجماهير، التى تخاطب هذه الأعمال غرائزهم وعواطفهم، أو هى فى مجال اخر تلجأ إلى رسم الشخصيات الاسطورية فى الأعمال التى يمكنها من خلال السلوك الخارق إلى مواجهة الآخرين، رؤية من القائمين بهذه الأعمال، أنها تقوم بتفريغ الطاقات العدوانية المكبوتة عند الافراد منذ بداية النشأة وخلال مراحل حياتهم، وأنهم تقوم بتفريغ الطاقات العدوانية خلال مشاهدة هذه الأعمال - كما سبق أن أوضحنا فى الفصل الخامس من هذا الكتاب إلا أن تراكم عرض هذه الأعمال واستمرار التركيز على فكرة العنف وإثارة المشاهد من خلال هذا السلوك والتركيز أيضا على الشخصيات الخارقة، يجسد هذا السلوك كخيار وحيد للمشاهد فى مواجهة المواقف التى يتعرض لها فى واقعه الحقيقى. نتيجة الرغبة فى المحاكاة وتقليد هذا السلوك باعتباره الخيار الأمثل أمام الشخصيات التى يتعرض لها أثناء المشاهدة.

ومع تراكم المشاهدة لمثل هذه الأعمال وكثرة المشاهدين لها، واقتناعهم الذاتى بأهمية هذا السلوك فى مواجهة المواقف فى علاقته بتحقيق النتائج. فإن هذا السلوك ينتشر فى المجتمع حتى يصبح ظاهرة اجتماعية سلبية نتيجة تراكم العرض والمشاهدة للأفكار والموضوعات التى تدعو إلى ذلك.

- تدنى أو انخفاض الذوق العام.

ارتبط ظهور الفيلم السينمائي فى بدايته الأولى بتلبية حاجة المشاهدين إلى الترفيه والتسلية ومازالت حتى الان الكثير من الأعمال السينمائية والمسرحية تقوم بهذه الوظيفة فى إطار وظائف الاتصال الجماهيرى، وباعتبارها الوظيفة المضافة إلى الوظائف الأولى التى ساقها خبراء الاتصال فى تحديد نماذجهم ونظرياتهم للاتصال. ولا يمكن أن نقلل إطلاقا من هذه الوظيفة لأنها تساعد المشاهد فى تجاوز هموم ومتاعب الواقع اليومى وهروبه منها.

إلا أن الأعمال الفنية الجماهيرية وهى تقوم بتلبية هذه الحاجة أو تحقيق هذه الوظيفة تسير فى اتجاه الحجم الأكبر من جمهور المشاهدين وهم من غير المثقفين وإن كانوا قد تلقوا تعليما رسميا. مما جعل الكثير من هذه الأعمال وهى تخاطب القطاع الأكبر من الجمهور - لأسباب تجارية كما سبق أن ذكرنا فى مقال سابق - لا تفرق فى مستوى الأعمال بين ما يحقق الترفيه وما يهبط بالذوق العام. فهى عندما تقوم بتقديم هذه الأعمال توجه كافة طاقاتها إلى تسلية الجمهور والترفيه عنه دون النظر إلى علاقة المواد التى تعرض والرموز التى تقوم من خلالها بالذوق العام.

والقطاع الكبير من الجمهور لا يتلقى هذه الأعمال بنظرة ناقدة - شأن المثقفين والصفوة - ولكنه يتلقاها من خلال دورها فى تحقيق هذه الوظيفة فقط.

ومن جانب آخر فإن التركيز على مخاطبة القطاع الأكبر من جمهور المشاهدين الذى يميل بحكم انخفاض تعليمه أو اتجاهه المهنى أو تأثير التعليم الرسمى، أو بتأثير المرحلة العمرية إلى مشاهدة الأعمال التى تعرض أفكار العنف والإثارة والجريمة.. وغيرها من الأعمال التى تحقق رضاء وقتيا أو لحظيا أو سريعا. يؤدى التركيز على مخاطبة القطاع الأكبر من الجمهور من خلال هذه الأعمال التى ترضيه أيضا إلي

اغفال رؤية الصفوة أو الفئات المثقفة أو النقاد فى تقديم الأعمال الجادة أو الهادفة التى ترتفع بالذوق العام وتنمى لدى المشاهد الاحساس بالقيم الجمالية التى نعتبر من الأدوار الأساسية للأعمال الفنية فى علاقتها بالمجتمع.

لذلك نجد أن الأعمال الفنية الجماهيرية وهى تقوم بتحقيق التسلية بالامتناع والترفيه أو تحقيق الرضا الوقتى للقطاع الأكبر من الجماهير، فإنها تقوم فى نفس الوقت بدعم الذوق الجماهيرى الذى ترسم إطاره الحدود التعليمية والثقافية والاقتصادية لهذا القطاع. ويتدنى عن الذوق الراقى الذى تستهدفه الصفوة فى المجتمع.

قائمة المراجع

أولاً: مراجع عربية ومعربة:

- إبراهيم إمام: الإعلام والاتصال بالجمامير، ط٢، القاهرة: الانجلو المصرية ١٩٧٥.
- أرنست فيشر: ضرورة الفن: ترجمة أسعد حليم، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.
- الان كاسبار: التذوق السيتمائي، ترجمة وداد عبد الله، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.
- الكسندرو روشكا: الإيداع العام والخاص، ترجمة غسان عبد الحى أبو فخر، سلسلة عالم المعرفة: العدد ١٤٤ ديسمبر ١٩٧٩، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والأدب.
- جيهان رشتى: الأسس العلمية لنظريات الاعلام ط٢، القاهرة : دار الفكر العربى ١٩٧٨.
- حمدى حسن: مقدمة فى دراسة وسائل وأساليب الاتصال، القاهرة: دار الفكر العربى ١٩٨٧.
- حسين حلمى المهندس: دراما السيتما بين النظرية والتطبيق ج١، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.
- زكريا إبراهيم: مشكلات فلسفية - مشكلة الفن، القاهرة: مكتبة مصر ١٩٧٧.
- زيدان عبد الباقي: وسائل وأساليب الاتصال فى المجالات الاجتماعية والتربوية والإدارة والإعلامية، ط٢، القاهرة: النهضة المصرية ١٩٧٩.

- شاكِر عبد الحميد: العملية الإبداعية فى فن التصوير، سلسلة عالم المعرفة،

العدد ١٠٩ يناير ١٩٨٧، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والأدب.

- صفية مجدى: صورة المرأة فى السينما المصرية، وصف أشكال السلوك

من خلال مفهوم الأنوار الاجتماعية فى: هاشم النحاس: الإنسان المصرى على

الشاشة - مجموعة أوراق، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- صلاح رضا: ملامح وقضاياها فى الفن التشكيلى، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب

١٩٩٠.

- طلعت منصور: سيكولوجية الاتصال: مجلة عالم الفكر - المجلد ١١ العدد

الثانى، الكويت: وزارة الإعلام ١٩٨٠.

- طه محمود طه: وسائل الاتصال الحديثة، مجلة عالم الفكر: المجلد ١١ العدد

الثانى، الكويت وزارة الإعلام ١٩٨٠.

- عبد الستار ابراهيم: الانسان وعلم النفس، سلسلة عالم المعرفة، العدد ٨٦

فبراير ١٩٨٥، الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والأدب.

- عبد الباسط عبد المعطى، عبد الحليم محمود: استطلاع آراء الجمهور المصرى

فى الأفلام السينمائية، المجلة الاجتماعية القومية، المجلد ١١ العدد ٢ مايو ١٩٧٤

القاهرة: المركز القومى للبحوث الاجتماعية والجناثية.

- عزت قرنى: الإبداع الفلسفى وشروطه: نظرة إلى المحاولات واستشراف

المستقبل، مجلة فصول: المجلد السادس العدد ٤ يوليو ٨٦ القاهرة: الهيئة العامة

للكتاب.

- عزيز الشوان: الموسيقى - تعبير لغوى ومنطق، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب

١٩٨٦.

- فوزى فهمى: **المفهوم التراجيدى والدراما الحديثة**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- فيدريكو جارشيا لوركا: **حديث عن المسرح**، فى: هاسكل بلوك، هيرمان سالنجر «محرران»: **الرقيا الإبداعية**، ترجمة أسعد حليم القاهرة: نهضة مصر ١٩٦٦
محمد صقر خفاجه : **دراسات فى المسرحية اليونانية**، سلسلة الألف كتاب الأولى، القاهرة الانجلو المصرية - بدون.

- محمد محمد البادى: **وسائل الاتصال الجماهيرى والمجتمع**، فى، على عوجة وآخرون: **مقدمة إلى وسائل الاتصال**، جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩.
- محمد عبد الحميد: **دراسة الجمهور فى بحوث الإعلام**، مكة المكرمة: المكتبة الفيصلية ١٩٨٧.

- محمد عبد الحميد: **وسائل الاتصال الإدارى**، المملكة العربية السعودية: إدارة التطوير التربوى - وزارة المعارف ١٩٨٨.

- محمد عبد الحميد: **وسائل الاتصال المطبوعة**، فى على عوجة وآخرون مقدمة إلى وسائل الاتصال ، جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩.

-محمد عزيز نظمى سالم: **الإبداع الفنى**، الإسكندرية: مؤسسة شباب الجامعة ١٩٨٥.

- مصرى عبد الحميد حنورة: **الأسس النفسية للإبداع الفنى فى الشعر المسرحى**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- مصطفى سويف: **دراسات نفسية فى الفن**، القاهرة: مطبوعات القاهرة ١٩٨٣.

- مصطفى يحيى: **التذوق الفنى فى السينما**، القاهرة: غير معلوم ١٩٩١.

- نهاد صليحة: **المسرح بين الفن والفكر**، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

- يوسف السيسى: دعوة للموسيقى، سلسلة عالم المعرفة العدد ٤٦ أكتوبر ١٩٨١ الكويت: المجلس الوطنى للثقافة والفنون والآداب.
- يوسف ميخائيل سعد: سيكولوجية الإبداع فى الفن والأدب، سلسلة دراسات أدبية، القاهرة: الهيئة العامة للكتاب ١٩٨٦.

ثانيا: مراجع اجنبية:

- Berko, Roy M., & Wolvin, Andrew D and Wolvin, Darlyn R., Communicating: A Social and Career Focus 3rd edition, Boston: Monghton Mifflin Compony 1985.
- Berlo, david K., The Process of Communication., New york: Holt, Rinehert, Winston 1960.
- Bettenghous, Erwin P., Persuasive Communication New York: Holt, Rinehert and Winston Inc., 1978.
- Bittner, John R., Mass Communication: An Introduction 2nd edition., New Jersey: Prentice-Hall 1980.
- Blumler, Jay G and Katz, Elihu (eds.), The uses of Mass Communication: Current Perspective On Gratification Rerearch., London: Sage Publication 1974.
- Chaffee, Steven M., "The Interpersonal Context of Mass Communication", In: Kline Gerald and Tehenor, Philip J., (eds) Cureunt Perspective in Mass Communication Research., London: Beverly Hills - SAGE Publication 1972.
- Curran, James., Gurevitch, Mechael and Wollacot, Janet., "The Study of Media: Theoretical Approaches" In: Gurevitch Mechael, et al., (eds) Culture, Society and the

Media., london: Methuer1982.

- Defleur, Melvin L., and Dennis, Everette E., Understanding Mass Communication., Boston: Mifflin Company1981.

- Defleur, Melvin L., and Rokeach, Sandra Ball., The Theories of Mass Communication 3rd edition., New York: long man1975.

- Eyre, E.C., Effective Communication., london: Hieman1979.

- Freedman, Jonathon J., and Sears, David O., Social Psychology., 4th edition., New jersey: prentic-Hall, Inc., Englewood cliff.1984

- Gerbner, Gorge., "Toward a general Model of Communication.", audio-Visual Communication Review, Vol4,1956.

- Katz, Daniel., The Functional Approach to study of Attitude., In: Grotty, William J., Public Opinion and politics: A Reader., New York: Holt, Rinehart and Winston Inc1970.

- Lin, Nan., The Study of Human Communication., New York: Budds-Merril Company Inc1973.

Lin, Nan., the Foundation of Social Research., New York: Mc Graw Book Company1976.

Maslow, Abraham M., Motivation and Personality., New York: Harber and Row1970.

- Mc Gall, George J., and Simmons J.L., Social Psychology: A SocioLogical Approach., New York: The Free Press and Macmillan publishing Company Inc1982.

- Mc Guire, William J., "Theoritical Foundation of Compaings" In: Rice, Ronald E., and Paisly, William., (eds) Public Communication Compaings., London: Beverly-Hills-SAGE Publication1981.

- Mc Quail, Denis (ed) Sociology of Mass Communication: Selected Reading., England Penguin Books Led1972.

- Metchel, Wand B and Kirkhom, James D., Televising your Message., U.S.A: National Text Bool Company1982.

- Merrill, John C.and lowenstion, Ralgh L., Media-Message and Men: New Perspective in Communication., 2nd edition. New York: longman1979.

- Penner, Lawis A.,Social Psychology: A Contemporary Approach., New York: Oxford University press1978.

- Reardon, Kathleen K., Persuasion: Theory and Con-

text., london: SAGE. Publication-Beverly Hills1981.

- Schramm, Wilbure and Robert, Donald F., (eds) The Process and Effects of Mass Communication 3rd edition, Urbana: University of Illinois Press1975.

- Schramm, Wilbure and Robert, Donald F., (eds) Men, Message and Media: A Look at Human Communication., New York: Harper & Row Publichers1973.

- Stang, David J., Intraduction to Social Psychology., California: Brooks, Cole Publishing Company1981.

- Thampson, Wayne N., Responsible and Effective Communication., Boston: Houghton Mifflin1978.

- Vol Kart, Edmond M., (ed) Social Behaviour and personality, 2nd edition., U.S.A: green wood press Publishers1981.

- Ulloth, Dana R., etal., Mass Media: Past, Present and Future., New York: West Publishing company1983.

- Wickulund,Robert A., and Frey Dieter., "Cognitive; Motivational vs Non Motivational Perspective.", In: Forgas, Joseph P., (ed) Social Cognition: perspective on every understanding., london: Acadimic Press1981.

بحوث ودراسات علمية للمؤلف

- كتاب بعنوان: **الصحافة العسكرية القاهرة**: دار المعارف، سلسلة كتابك العدد رقم

١٤٦.

- بحث بعنوان: **التحليل الكمي للمحتوى في بحوث الإعلام في ضوء المنظور**

المنهجي، القاهرة: المركز القومي للبحوث الاجتماعية والجنائية، وقائع الحلقة الثانية

لبحوث الإعلام في مصر، ديسمبر ١٩٨٠.

- كتاب بعنوان: **الصحافة العسكرية في مصر ١٩٥٢ - ١٩٧٣** دراسة

تاريخية نقدية مقارنة. القاهرة: مركز الدراسات السياسية والاستراتيجية

بالأهرام - العدد ٥٣ - ١٩٨٢.

- كتاب بعنوان: **تحليل المحتوى في بحوث الإعلام** جدة: دار الشروق ١٩٨٣

- بحث بعنوان: **الدور الوظيفي للعلاقات العامة في المؤسسات الصحفية**.

جدة: جامعة الملك عبد العزيز، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، العدد الرابع

١٤٠٤/١٩٨٤.

- بحث بعنوان: **الاتجاه النقدي في دراسة الظواهر الإعلامية المعاصرة**.

جدة: جامعة الملك عبد العزيز، مجلة كلية الآداب والعلوم الإنسانية، العدد الخامس

١٤٠٥/١٩٨٥.

- بحث بعنوان: **تحليل محتوى الصورة الصحفية القاهرة: كلية الإعلام، جامعة**

القاهرة، وقائع الحلقة الدراسية الأولى.. مشكلات المنهج في الدراسات الصحفية، إبريل

١٩٨٦.

- كتاب بعنوان: دراسة الجمهور في بحوث الإعلام. مكة المكرمة: المكتبة
الفصلية ١٩٨٧.

- بحث بعنوان: المنظور الاجتماعي في دراسة جمهور وسائل الإعلام. جدة:
مجلة جامعة الملك عبد العزيز - الأب والعلوم الانسانية «مجلد ١» ١٤٠٨/١٩٨٨

- كتاب بعنوان: وسائل الاتصال الإداري مقررات منهج التعليم الثانوى المطور -
برنامج العلوم الإدارية، المملكة العربية السعودية: وزارة المعارف، الإدارة العامة
للمناهج ١٤٠٨/١٩٨٨.

- فصل فى كتاب: وسائل الاتصال المطبوعة
فى كتاب: مقدمة إلى وسائل الاتصال، «بالاشتراك» جدة: مكتبة مصباح ١٩٨٩

- بحث بعنوان: الاتجاهات الأساسية فى بحوث قراءة الصحف - القاهرة:
المجلة العلمية لكلية الإعلام، جامعة القاهرة، العدد الاول: يوليو ١٩٨٩.

- بحث بعنوان: قراءة الصحف ودوافعها بين طلاب الجامعة، دراسة تطبيقية
فى الاستخدام والاشباع. الكويت: جامعة الكويت، مجلة العلوم الاجتماعية، المجلد
«١٧» العدد «٢» صيف ١٩٨٩.

- بحث بعنوان: نموذج الاهتمام والدوافع لتقويم الموضوعات الصحفية. جدة:
مجلة جامعة الملك عبد العزيز - كلية الآداب والعلوم الإنسانية «مجلد ٣» ١٤١٠/١٩٩٠.

- كتاب بعنوان: إنتاج المواد الإعلامية المطبوعة فى العلاقات العامة. فى
كتاب: انتاج المواد الإعلامية فى العلاقات العامة «بالاشتراك» جدة: مكتبة مصباح

١٩٩٠

- بحث بعنوان: حدود الاتفاق بين نتائج تحليل النصوص والصور الصحفية
القاهرة: المجلة العلمية لكلية الإعلام، جامعة القاهرة «بحوث الاتصال» العدد الرابع
يناير ١٩٩١.

- كتاب بعنوان: بحوث الصحافة القاهرة: عالم الكتب ١٩٩٢

- بحث بعنوان: البحث العلمي في مجال الإعلام الإسلامي، إشكالياته ودوره
الوظيفي.

ندوة الإعلام الإسلامي بين تحديات الواقع وطموحات المستقبل القاهرة: مركز صالح
كامل للاقتصاد الإسلامي - جامعة الأزهر، ومؤسسة اقرأ الخيرية مايو ١٩٩٢.

رقم الإيداع / ١٩٩٤ / ١٩٩٣

المطبعة النموذجية للأوفست